

Анализа на глобалниот пазар на микроосигурување и можностите за негова имплементација во Република Македонија

Тања Камењарска

Економски факултет – Скопје

Универзитет “Св. Кирил и Методиј “ во Скопје

Скопје, Септември 2018 година

СОДРЖИНА:

Апстракт.....	3
Вовед.....	4
1. Осврт на теоретските и емпирските истражувања за моделите на микроосигурувањето.....	5
1.1. Поим и суштина на микроосигурувањето.....	6
1.2. Анализа на диференцијацијата на традиционалното осигурување во однос на микроосигурување.....	8
1.3. Видови и основни елементи на микроосигурување	10
1.4. Улогата на учесниците на пазарот на микроосигурување.....	14
2. Квалитативна анализа на интегралниот пазар на осигурување и апликација на SWOT анализата во формулирањето на потенцијална стратегија за планирање на процесот на имплементација на микроосигурувањето во Република Македонија.....	20
2.1. Анализа на осигурителните индикатори.....	20
2.2. SWOT анализа.....	23
2.2.1. Предности.....	24
2.2.2. Слабости.....	24
2.2.3. Можности.....	25
2.2.4. Закани.....	26
2.2.5. SWOT матрица.....	27
3. Анализа на можностите за имплементација на микроосигурувањето на осигурителниот пазар во Република Македонија.....	29
3.1. Макроекономски индикатори.....	29
3.2. Демографски показатели.....	35
3.3. Социолошко-културолошки параметри.....	37
3.3.1. Пилот-истражување и влијание на културните димензии врз побарувачката на микроосигурителни услуги.....	38
3.4. Предизвици при имплементација на микроосигурувањето.....	44
3.5. Стратегиски аспекти и развој на микроосигурувањето.....	45
3.5.1. Анализа и апликација на најдобрите практики–бенчмаркинг.....	45
Заклучок.....	47
Литература.....	49
<i>Прилог 1. Прашалник адаптиран согласно Value Survey Module 94, Hofstede (1994).....</i>	<i>54</i>

Апстракт

Целта на овој труд е да ја зголеми свесноста, информираноста и знаењето на македонските осигурителни компании за концептот и моделите на микроосигурувањето. Од преглед на постоечката научна и стручна литература и сугестии во однос на некои критични елементи во теоријата на осигурување кои може да ни помогнат да ги разбереме предизвиците и ризиците со кои лицата со ниски приходи се соочуваат, овој труд ја користи SWOT анализата како алатка во формулирањето на стратешкото планирање при имплементација на микроосигурувањето во Република Македонија и генерира адекватни предлози за учесниците на пазарот на осигурување, а во функција на определување на иманентната и перспективна апликација на микроосигурувањето во Република Македонија како детерминанта на зголемување на осигурителната култура и развојот на осигурителната индустрија во државата.

Клучни зборови: микроосигурување, микрофинансирање, осигурителна индустрија, Република Македонија

Број на зборови (без апстракт, користена литература, содржина, прилог): 11.073

JEL Класификација: G22

Вовед

Според студијата на Светска банка (*Recent economic developments in FYR of Macedonia, 2017*) се проценува дека сиромаштијата во Република Македонија бележи опаѓачки тренд уште од 2009-та година, за да во 2016-та година е намалена на 22,8%. Порастот на вработеноста и зголемувањето на платите, особено во трудо-интензивните сектори, допринесуваат за регистрираниот тренд на намалување на сиромаштијата. Иако видот на ризици со кои се соочуваат сиромашните лица, како што е смртта, болестите, повредите и останатите незгоди, не се разликуваат од оние со кои се соочуваат останатите, сепак тие се повеќе подложни на таквите ризици поради нивната економска околност (Churchill, 2006; Maleika & Kuriakose, 2008). Република Македонија се смета за една од најсиромашните земји во Европа, со стапка на невработеност од 24,4% во 2017 година, а секое трето лице живее под прагот на сиромаштијата (Statista, 2018).

Микроосигурувањето е механизам кој им помага на сиромашните домаќинства да обезбедат сигурна и подобра иднина и се смета за виабилна алатка во борбата против сиромаштијата (Siegel et al., 2001). На ист принцип како традиционалното осигурување, микроосигурувањето вклучува здружување на ризиците на поединците кои прават мали, редовни плаќања во замена за ветување за идна компензација во случај на финансиска загуба. Терминот "микро" се однесува на фактот дека овој вид на осигурување е насочено кон пазарот со ниски приходи преку иновативни структури на трошоци, системи за уплаќање на премии и услови на покриеност и начини на испорака (Dror et al, 1999).

Микросигурувањето претставува заштита на домаќинствата со ниски примања во однос на специфични ризици во замена за уплати на премија пропорционални на веројатноста и цената на ризикот (Churchill, 2006). Тоа е специјално дизајнирано за заштита на лица со ниски примања со прифатливи осигурителни производи за да им помогне да се справат и да закрепнат од заедничкиот ризик. Клучната стратегија за зајакнување на економскиот развој и олеснување на сиромаштијата е да се направат финансиските системи поинклузивни, на пример, преку подобрување на пристапот до штедењето и кредитните услуги за пазарите кои се недоволно развиени и достапни.

Имплементирањето на микроосигурувањето како релативно нов, независен сегмент и како дел од осигурителната индустрија во Република Македонија ќе им овозможи на лицата со ниски приходи, кои неможат поради финансиски лимитирачки фактори да влезат во системот на пазарното осигурување.

1. Осврт на теоретските и емпириските истражувања за моделите на микроосигурувањето

Во текот на изминатите години, постигнат е значителен напредок во секторите за истражување и развој, на глобално ниво, кои констатираат дека постои зголемена потреба од техники и механизми за управување со ризикот кај сиромашното население (Holzmann et al., 2001; Schmidt et al., 2006). Клучен елемент во борбата против сиромаштијата е справување со ризикот и несигурносите со кои овие лица се соочуваат. Студијата на Smith (*Income, poverty, and health insurance coverage in the United States, 2010*) покажа дека две третини од населението кое живее во екстремни услови е под линијата на сиромаштијата, во кои најдоминантни се женските лица кои живеат со помалку од еден долар дневно. Во тој контекст, Tucker (2007) нагласува дека 4 милијарди луѓе од вкупното светско население живеат со помалку од \$2 дневно. Од овие лица, само 1% до 4% имаат пристап до кој било вид осигурителен производ. Тој потенцира дека лицата кои спаѓаат во оваа категорија, во Ел Салвадор на пример, трошат во просек 9,2% од своите приходи, обидувајќи се да го намалат ризикот од катастрофи (\$26 од просечниот месечен приход од \$284), без притоа да ги користат предностите кои ги нуди осигурувањето само по себе. Зголемената потреба од микроосигурување, Churchill (2006) и Maleika & Kuriakose (2008) ја потврдуваат, кои анализираат дека лицата со ниски приходи се соочуваат со ризици и економски шокови кои би можеле да бидат исти како кај традиционалните осигурителни клиенти, меѓутоа овој пазар е повеќе ранлив заради ограничените ресурсите, финансиска писменост и се одразуваат со пониска и лимитирана способност и капацитети за справување со последиците. Побарувачката за осигурителни услуги меѓу овие домаќинства е ниска, а причина за тоа е, како што Forbes (2012) акцентира, дека концептот на осигурување за нив нема значење, бидејќи не гледаат никаква поента во плаќањето за нешто што може или не може да даде директен финансиски поврат. Во многу земји во развој повеќе од 3% од домаќинствата се соочуваат со изразени

здравствени трошоци кои надминуваат 40% од нивниот расположлив доход (Ransona et al., 2006). Во тој контекст, Apostolakis (2015) тврди дека „*микросигурувањето ги зголемува шансите за економски раст кај сиромашните*“. Во истражувањето насловено како *Health microinsurance in Uganda: Affecting malaria treatment seeking behavior* кое се однесува на ризикот и толеранцијата на ризикот, Blanchard – Horan (2007) утврдуваат дека луѓето со ниски примања навистина трошат значителни ресурси во управувањето со ризиците. Потврда дека постои недостатокот на формални осигурителни пазари, покажуваат студиите на Coate & Ravallion (1993) и Cohen et al. (2005), каде се потенцира фактот дека сиромашните трошат значително време и ресурси во развојот на непазарни механизми за управување со ризиците со кои тие се соочуваат, вклучувајќи го семејството, елаборираните врски со локалните и оддалечените заедници. Механизмите за управување со ризици обезбедуваат ниска флексибилност и често обезбедуваат несовршен трансфер на ризик. Ова е особено точно за катастрофалните ризици кои го засегаат општеството во целина (Tucker, 2007).

1.1. Поим и суштина на микроосигурувањето

Микроосигурувањето може да се дефинира како приспособување на услугите за осигурување главно на клиенти со ниски приходи, а кои немаат пристап до класичните осигурителни услуги. Лицата со ниски приходи насекаде во светот, секојдневно се соочуваат со мноштво ризици кои се закануваат да го попречат секој напредок кои овие лица го направиле за да на некој начин излезат од сиромаштијата. Во тој контекст, Gertler & Gruber (2002) и Loyaza et al. (2012) потврдуваат дека без разлика дали станува збор за економски кризи, болести, незгоди, природни катастрофи, овие непредвидливи ризици претставуваат голема опасност по животот на лицата со ниски примања и уништување на имотите кои се во нивна сопственост. Заштита на луѓето од овие загуби е важен чекор за ублажување на глобалната сиромаштија. Во суштина, микроосигурувањето функционира на ист начин како и традиционалното (конвенционално) осигурување, со тоа што микроосигурувањето е насочено кон домаќинствата со ниски приходи, посебно кон лица кои имаат ниски или пак, никакви финансиски резерви и приходи кои дополнително варираат. Како најзначајна разлика помеѓу конвенционалното осигурување и микросигурувањето е висината на премијата и осигурениот износ (Accenture, 2012). Премиите обично се ниски и се плаќаат на повеќе рати поради нередовните приливи на осигурените лица. Американската

Асоцијација на осигурителни комисионери (NAIC) тврдат дека „*договорите за микроосигурување, генерално се напишани на едноставен јазик, за да можат лесно да се разберат, бидејќи овој пазар има тенденција да има ограничено образование и финансиска писменост*“. Микроосигурувањето не е ограничено само на одреден производ или специфичен канал на дистрибуција. Напротив, тоа опфаќа широк спектар на ризици - во основа, секој ризик е осигурен и соодветен во однос на достапноста и пристапноста до домаќинствата со ниски примања (NAIC, 2017). Микроосигурителите се повеќе се свртуваат кон иновации за да ги прилагодат производите кон потребите на потрошувачите на пазарот со ниски примања, фокусирајќи на исполнување на зададените премиси и предуслови за задоволување на потребите на конкретниот пазарен сегмент, односно конвергентно на наодите на Accenture (2012) кој дефинира дека „*се додека производите, процедурите и полиците се едноставни, премиите се ниски, администрацијата е ефикасна и дистрибутивните канали се иновативни, микроосигурувањето е ефективно дури и на пазарите со мало искуство во осигурувањето*“. Микроосигурувањето може да се доставува до клиентите преку различни дистрибутивни канали, вклучувајќи лиценцирани осигурители, интермедијари - агенти и брокери, даватели на здравствени услуги, институции за микрофинансирање и невладини организации, меѓутоа и покрај големиот потенцијал на дистрибуција на ваков тип производи и заради регулираноста на пазарот на осигурување, пристапот до производите за микроосигурување останува низок во повеќето земји во развој. NAIC (2017) потврдуваат дека „*многу бизниси и организации се активно ангажирани во микроосигурувањето и често ги здружуваат силите на иновативни начини за да обезбедат микроосигурителни услуги*“. Истражувањето „*Commercial insurers in microinsurance*“ спроведено од страна на Microinsurance Network (2011) покажа дека мнозинството од најуспешните 50 осигурителни компании се вклучени во микроосигурувањето. Се смета дека Индија, Кина, Бразил и Јужна Африка се водечки пазари за микроосигурување.

1.2. Анализа на диференцијацијата на традиционалното осигурување во однос на микроосигурување

Микроосигурувањето се базира на истите општо прифатени практики како традиционално осигурување, меѓутоа искуството на пазарите со ниски приходи покажува дека сепак постојат фундаментални разлики меѓу овие два вида осигурување. Како што е прикажано на Слика 1, износот на премиите кај традиционалното осигурување варираат во зависност од висината на ризикот, за разлика од микроосигурувањето каде тие се еднакви за сите возрасти. Периодот на покриеност кај традиционалното осигурување е минимум 12 месеци, додека пак, тој период кај микроосигурувањето е минимум 4 месеци. Кога станува збор за степенот на информираност, традиционалниот пазар на осигурување е запознаен со принципите на осигурувањето, за разлика од микроосигурувањето каде потенцијалните клиенти имаат ниско образование, ниска финансиска писменост и недоволна информираност за осигурувањето во целост. При пресметката на премии, традиционалниот осигурител располага со добри статистички податоци, а цените се формирани врз основа на индивидуалниот ризик, за разлика од микроосигурувањето каде осигурителот располага со недоволно историски податоци, постои висока ценовна еластичност, а цените се формирани врз основа на групниот ризик. Можноста за измама е значително пониска кај традиционалното осигурување бидејќи осигурителот побарува документација од осигуреникот. Иако, постои лимитирана и ефективна контрола кај микроосигурувањето, сепак постои поголема можност за измама. Процесот на исплата на штети кај традиционалното осигурување е сложен и високо формален процес поради обемната документација за верификација на штетите, за разлика од микроосигурувањето каде овој процес е брз и едноставен. Меѓутоа структурните разлики можат да бидат уште позначајни. На пример, BancoSol е банка во Боливија која нуди здравствено осигурување за помалку од \$5 месечно. Иако премијата е актуарски ниска, повеќе изненадувачки за традиционалниот осигурител е фактот дека оваа полиса е долга само две страници, а медицинскиот преглед воопшто не е услов за издавање на осигурителната полиса (Lloyd, 2009).

Слика 1. Елементи на диференцијација на традиционално осигурување во однос на микроосигурување

Карактеристика	Традиционално осигурување	Микроосигурување
➤ Износ на премии (premium rates)	<ul style="list-style-type: none"> • Варираат, во зависност од висината на ризикот 	<ul style="list-style-type: none"> • Еднакви за сите возрасти
➤ Договор за осигурување	<ul style="list-style-type: none"> • Комплексен, содржи многу детали 	<ul style="list-style-type: none"> • Едноставен, лесен за разбирање
➤ Период на покриеност	<ul style="list-style-type: none"> • Минимум 12 месеци 	<ul style="list-style-type: none"> • Минимум 4 месеци
➤ Начин на уплаќање премии	<ul style="list-style-type: none"> • Редовни премиски плаќања како банкарски трансакции. • Месечна / квартална / полугодишна или годишна наплата на премии, во зависност од договорот склучен со осигурителот. 	<ul style="list-style-type: none"> • Често или нередовно плаќање прилагодено на нестабилниот паричен тек на клиентите. • Често се поврзува со друга трансакција (на пример, отплата на кредит). • Осигуреникот може да ја уплати премијата во готовина или со друга финансиска трансакција.
➤ Степен на информираност	<ul style="list-style-type: none"> • Пазарот во голема мера е запознаен со принципите на осигурувањето 	<ul style="list-style-type: none"> • Ниско образование, недоволна информираност за осигурувањето
➤ Висина на осигурени суми	<ul style="list-style-type: none"> • Мали и големи суми 	<ul style="list-style-type: none"> • Мали суми
➤ Пресметка на премии	<ul style="list-style-type: none"> • Осигурителот располага со добри статистички податоци. • Цени формирани врз основа на индивидуален ризик. 	<ul style="list-style-type: none"> • Осигурителот располага со малку или недоволни историски податоци. • Клиентите се ценовно еластични. • Групни цени.
➤ Дистрибутивен модел	<ul style="list-style-type: none"> • Полисата се продава од страна на лиценцирани посредници или од осигурителни компании, директно на клиентите. 	<ul style="list-style-type: none"> • Полисата се продава од страна на нетрадиционални посредници на клиенти со мало искуство со осигурување.
➤ Контрола од морален hazard, измами	<ul style="list-style-type: none"> • Осигурителот побарува значителна документација, вклучувајќи и документ за здравствената состојба на осигуреникот. • Мала можност за измама. 	<ul style="list-style-type: none"> • Лимитирана, но ефективна контрола. • Поголема можност за измама.
➤ Процес на исплата на штети	<ul style="list-style-type: none"> • Комплициран процес. • Обемна документација за верификација на штетата. 	<ul style="list-style-type: none"> • Брза и едноставна исплата на штети. • Ефикасен контролен механизам за измами.

Адаптирано од: Pierre Rachele (2008), "Micro-insurance & DRR: challenges and opportunities in the context of climate change".

Имплементирање на микроосигурувањето како релативно нов и независен сегмент во рамките на осигурителната индустрија во Република Македонија бара значајни инвестиции во процесот на информирање на целните потрошувачи и подигање на нивната свест околу важноста и придобивките кои микроосигурувањето ги нуди.

1.3. Видови и основни елементи на микроосигурување

И покрај тоа што многу различни производи за микроосигурување постојат ширум светот, секој е определен со различни карактеристики и елементи, тешки за стандардизирање (Roth et al., 2007), при што се определуваат неколку *видови на микроосигурување* :

➤ Кредит-живот

„Кредитното микроосигурување се смета за најпопуларниот производ во доменот на микроосигурувањето, на глобално ниво“ (Virginia Tan, Allen & Overly LLP, 2012). При смртта на заемопримачот ова микроосигурување го надоместува преостанатиот кредитен долг, при што најголема корист од ова осигурување има заемодавачот. Сепак, во многу правни системи, определени лица на заемопримачот, како жиранти, може да станат одговорни за долгот што следува при смрт на заемопримачот, создавајќи силен пазар за микроосигурување кој ќе ги заштити против таква одговорност.

➤ Пензиско (штедење) – живот

Во Индија и Кина, постои значителен притисок од страна на осигурениците и микрофинансиските институции да понудат иновативни пензиски производи за борба против сиромаштијата со кои се соочуваат старите лица во рурални средини по нивното губење на способноста за извршување земјоделската работа. На пример, Aon Plc е специјализиран глобален лидер кој обезбедува услуги за управување со ризици, брокерски услуги за осигурување и реосигурување, човечки ресурси и консултации, во 120 земји ширум светот . Тие во Боливија неодамна понудија нов и едноставен пензиски производ насочен кон населението со ниски примања, кој побарува 100 ниски премиски уплаќања и резултира со исплата на двојно поголема сума од онаа уплатената за следните 70 месеци (Virginia Tan, Allen & Overly LLP, 2012).

➤ **Случајна смрт и инвалидско осигурување**

Високите финансиски трошоци за лекување може да бидат катастрофални по финансиската благосостојба лицата кои живеат под линија на сиромаштијата. Микроосигурувањето има за цел да го ублажи финансискиот ризик од попреченост, преку иновативен пристап за осигурување на сиромашните лица. Лесно и едноставно дефинираните производи за онеспособени лица се поскапи, потешки за управување, но и подлежат на измами и други ограничувања (Roth, McCord & Liber, 2007).

➤ **Земјоделие**

Земјоделското микроосигурување штити од загуба или уништување на различни видови земјоделски култури или добиток и во практика неговата ефикасност честопати е ограничена поради комплексноста при дизајнирање на производите како и ниското ниво на побарувачка (Sandmark, Debar & Tatin-Jaleran, 2013). Истото има голем потенцијал да им даде вредност на фармерите со ниски примања и нивните заедници, како со заштита на фармерите при појава на шокови, така и преку поттикнување инвестиции во доменот на земјоделието. Земјоделското микроосигурување може да ги обештети осигурениците при загуби, иако таквите производи за отштета се релативно ретки поради високите административни трошоци и ризикот од измама.

➤ **Средства / имот**

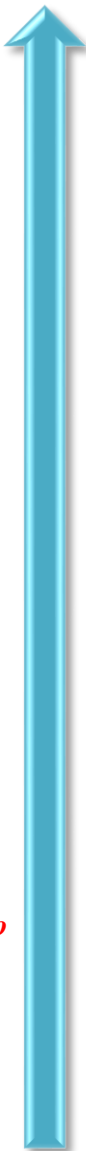
Обично, микроосигурувањето кое се однесува на средствата или имотот е поврзано со заем, но има и некои осигурители кои се подготвени да го понудат како самостоен производ. Овој тип на микроосигурување нуди заштита од губење на имот, лични средства, деловни средства и земјоделска опрема во случај на земјотреси, поплави, вулкански ерупции и други непогодни природни катастрофи. Сепак, овој производ „нема значителен успех на глобалниот пазар“ (SCBF, 2015), главно поради културата, недоволната информираност, но пред се заради неподготвеноста на лицата со ниски приходи да потрошат дел од својата заштеда за купување на микроосигурителна полиса (Virginia Tan, Allen & Overy LLP, 2012).

➤ Исламско осигурување (Takaful)

„Micro Takaful“ е форма на микросигурување во согласност со шеријатскиот кодекс, која може да опфати било кој од случаите погоре и е основано врз принципот на заеднички ризик. Micro Takaful осигурувањето не е нов концепт и тоа е ново име за многу стара практика и техника за обезбедување на заштита од ризиците. Во минатото постоело форма на групно самоосигурување во Африка и муслиманските заедници за свадба, смрт или било какви други непријатни настани (Abdelhameed AA, 2009). Според Abouzaid (2012) *„постои итна, неопходна и непосредна потреба за Micro Takaful осигурување, бидејќи голем дел од лицата кои се под линијата на сиромаштија, живеат во муслимански земји и речиси 50% од земјите во развој се земји со претежно муслиманско население“*. Овие земји се карактеризираат со ниско ниво на осигурителна пенетрација и во нив религијата игра важна и централна улога во животот на сиромашните и конечно во системот на Takaful осигурувањето воопшто, бидејќи истото се придржува кон улогите и учењата на исламот (Abdullah AJ et al., 2004).

Комплексноста на процесот на имплементирање и работењето во доменот на микроосигурување варира од едно подрачје до друго (ILO/STEP-GTZ, 2006). На Сликата 2 се претставени одделните класи и производи, заштитата која ја обезбедуваат и нивната комплексност.

Слика 2. Анализа на специфичните импликации на микроосигурувањето во одделните класи и производи на осигурување

Класа/Производ	Обезбедена заштита	Комплексност
Посеви	финансиска компензација во случај на неуспех на посевите при несакани настани	 <p><i>Висока сложеност</i></p> <p><i>Сложено</i></p> <p><i>Умерена сложеност</i></p> <p><i>Едноставно</i></p>
Здравствена заштита	надомест на трошоците за здравствена заштита во случај на болест, породување и / или физички повреди	
Животно/долгорочно: ануитети, донација	паричен надоместок во случај на смрт на доверителот и/или доживување	
Имот	финансиски надомест во случај на штета или загуба (уништување, кражба) на имот, средства, алатки и работни простории	
Инвалидитет	финансиска компензација во случај на инвалидитет на осигуреникот	
Животно	Финансиски надомест во случај на смрт на осигуреникот + погребни трошоци	
Кредитно -инвалидитет	Континуирани испати на главнината ако заемопримачот стане инвалид	
Кредитно - живот	главница на заемот и каматата се исплатени по смртта на заемопримачот	

Извор : ILO/STEP-GTZ, „The role of microinsurance as a tool to face risks in the context of social protection“, Version postcomité 1, May 2006.

Оттаму, микроосигурителните шеми бараат специјализирани вештини и знаења во различни области (сметководство, менаџмент, маркетинг, преземање на ризик, комуникација), меѓутоа и квалитетни и обучени кадри кои ќе вршат разни операции во доменот на микроосигурување.

1.4. Улогата на учесниците на пазарот на микроосигурување

➤ Влада

Улогата на државата во субвенционирање на развојот на микроосигурувањето е предмет на дебата веќе подолг период на глобално ниво. Иако, комерцијалните микроосигурувања каде осигуреникот уплаќа ниски износи на премија во замена за осигурителна полиса, го отворија патот за иновативни и ефикасни начини за доставување на услуги за осигурување на луѓето со ниски примања, тие не постигнаа особен успех (Bhat & Mukherjee, 2014). Во меѓувреме, Владите влегоа во секторот на субвенционирани програми за осигурување од разни видови, насочени кон луѓето со пониски примања. Иако овие владини субвенционирани шеми за осигурување често изгледаат слично на шемите за социјално осигурување, тие се во основа различни. Додека кај традиционалните шеми за социјално осигурување, Владата презема ризици и плаќа за услугите, во овие нови програми за осигурување Владата плаќа целосна (или дел од) премија, додека ризикот го преземаат осигурителните компании како уникатен модел на јавно-приватни партнерства. Владината поддршка за инклузивно осигурување ги охрабрува комерцијалните осигурителни компании да влезат на пазарот за микроосигурување. Сепак, овие шеми, имаат тенденција да станат постојано зависни од субвенции, освен ако планот на Владата за излез е вкоренет во дизајнот на програмата. Во случај на зависност од субвенции, ризикот од политичка волја ќе продолжи да ја доведува во прашање одржливоста на шемата за осигурување. На пример, *Rashtriya Swasthya Bima Yojana (RSBY)* или "*Национална програма за здравствено осигурување*" (Jackie Range, 2011), е Владина програма за здравствено осигурување за сиромашните во Индија. Шемата има за цел да обезбеди здравствено осигурување за непризнаените секторски работници и нивните семејства кои живеат под линијата на сиромаштијата (National Government of India, 2013). Сиромашните не се во можност или не сакаат да купат здравствено осигурување поради неговата цена или поради недостатокот на очекувани бенефиции (National Government of India, 2013). Организирањето и администрацијата на здравственото осигурување, особено во руралните средини, исто така е тешко.

➤ Регулатори и супервизори

Регулаторите и супервизорите сносат голема одговорност кога станува збор за микроосигурувањето. Нивната задача е да го стимулираат развојот на микроосигурувањето, а воедно и целата осигурителна индустрија, да обезбедат заштитата за осигурениците и да ја одржуваат финансиската стабилност. Според студијата на Меѓународната асоцијација на осигурителни супервизори (IAIS, 2007), *основни задачи на супервизорите и регулаторите се:*

- *да ги разберат силните страни, можностите и заканите својствени за микросигурувањето и да ги идентификуваат неформалните шеми во нивната јурисдикција;*
- *да ги проучат примерите во регулативата за микросигурување и надзор на други јурисдикции и да придонесат за меѓународна дискусија за регулаторните и супервизорските рамки во микросигурување;*
- *да промовираат национален дијалог за микроосигурување во нивната јурисдикција, помеѓу креаторите на политиката, операторите, интермедијарите и клиентите со ниски примања;*
- *барањата на регулаторот за анализа на пазарите (ICP 11), играат голема улога во разбирањето на ризиците со кои се соочуваат лицата со ниски примања, потенцијалната побарувачка за услуги и бариерите за пристап до официјалните услуги.*

Во тој контекст, на Слика 3, прикажани се дел од препораките, принципите и насоките кои според Wiener et al. (2013) се однесуваат на *креирање на регулатива за микроосигурување* :

Слика 3. Препораки за регулатива за микросигурување

<p>1. Намалување на бариерите за влез на пазарот на микросигурување</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ги преиспита барањата за лиценцирање, особено во поглед на иновативната употреба на технологија и партнерства за дистрибуција на производи. ➤ Да се препознае потребата за повисок поврат на поризични производи со ниски цени. ➤ Дефинирање на микросигурувањето на начин кој ги минимизира стимулациите за регулаторна арбитража.
<p>2. Поттикнување на побарувачката на пазарот</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Обезбедување и поддршка на сеопфатни образовни иницијативи за управување со ризик. ➤ Поттикнување и овозможување на ефективни стратегии за намалување на ризикот. ➤ Подобрување на основните услуги, како што е здравствената заштита. ➤ Примена на прописи и демонстрирање на нетолеранција за корупција и измама.
<p>3. Поттикнување на ефикасност на пазарот</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Нуди податоци и поддршка за управување. ➤ Обезбедува обука за агенти, актуари, осигурителни компании и осигурителни менаџери. ➤ Дозволува и охрабрува вклучување на меѓународни реосигурувачи и алтернативен механизам за пренос на ризикот.

Адаптирано од : Christian Biener, Martin Eling, Joan T. Schmit, „Regulation in Microinsurance Markets: Principles, Practice, and Directions for Future Development“, January 2013.

Успешната регулаторна шема за микросигурување и добриот дизајн на идните регулативи ќе го промовираат развојот на микросигурителниот пазар, ќе ја зајакнат социјалната заштита и ќе стимулираат раст на осигурителната индустрија.

➤ **Микрофинансиски институции (МФИ)**

МФИ имаат најголемо искуство и знаење во оваа сфера, и тие најчесто нудат кредитно осигурување. МФИ делуваат како агенти, го дистрибуираат осигурителниот производ на својот клиент и преку своја дистрибутивна мрежа. Студијата на Roth et al. од 2005 година покажа дека МФИ не можат да ги обезбедат сите услуги, ниту пак клиентите не можат да си дозволат да купат бројни осигурителни производи. Предизвикот за МФИ и нивните клиенти е да го изнајдат најекономичното решение за основните проблеми на

потрошувачите. Комисијата за осигурување во Филипини бара субјектите кои се регистрираат како генерални агенти за осигурување да обезбедат листа на сите поединци кои ќе дејствуваат во нивно име (Insurance Commission, 1974). За да се избегне ова ниво на регулираност и усогласеност на трошоците, многу МФИ во Филипини, дизајнираат сопствени системи за микроосигурување кои не се регистрирани кај Комисијата. Овие системи честопати се склони на измама, несоодветни финансиски практики и неуспеси (National treasury: Republic of South Africa, 2008).

➤ Осигурителни компании и канали на дистрибуција

Поголем дел од осигурителните компании на глобално ниво, го немаат имплементирано микроосигурувањето. Тие во голема мера се занимаваат со клиенти кои имаат средно или високо ниво на приходи. Поврзување на микрофинансирањето со микроосигурувањето ги намалува определените ризци. Обврска на осигурителот е да обезбеди основна обука за вработени, агенти и промотори во однос на микроосигурувањето, бизнис администрација, управување, дистрибуција и надомест на штети. Зголемувањето на постојната мрежа за микроосигурување претставува уште една димензија. Постои потреба за развој и обука на квалитетни кадри кои ќе вршат разни операции во доменот на микроосигурувањето. Клучна загриженост во одредувањето на цената на микроосигурителниот производ е елементот на трошоците за стекнување (cost of acquisition) и негова испорака. Очигледно, *„трошоците за испорака мора да бидат доволно ниски за да ги привлечат сиромашните, но и да го поттикнат осигурителот да се осмели да влезе во овој сегмент гледајќи го како вистинска можност на пазарот“* (Shil, 2013). Microinsurance Network (2011) идентификува пет главни дистрибутивни модели на микроосигурување:

- **Модел „Партнер-агент“**

Во овој модел, регулираното друштво за осигурување презема и нуди производ за микроосигурување, додека обезбедувањето или испораката на производот се врши преку дистрибутивни канали. МФИ се "традиционалниот" дистрибутивен канал, но сепак се појавуваат голем број иновативни алтернативи, како трговците на мало и телекомуникациските компании. Овие дистрибутивни канали имаат некои постоечки

врски со населението со ниски примања. Мотивот на овој модел е да ги искористи предностите на двете страни. Моделот ја става функцијата на ризик на регулираната осигурителна компанија, која е најспособна за управување со тој ризик, овозможувајќи им на дистрибутивните канали да се фокусираат на нивните основни функции и подобро да им служат на клиентите.

- **Заемни, кооперативни и други модели базирани на заедницата**

Во заедничкиот модел, осигурителот е во сопственост на клиенти (членови), кои учествуваат во добивките и трошоците на осигурувањето, а одговорноста на членовите е ограничена во висина на нивните премиски придонеси. Кооперативните осигурители можат, но не треба да бидат во сопственост на клиенти. Овие модели имаат слични карактеристики, како вклучување на осигурителни клиенти во менаџментот и често служат на постоечки групи на клиенти.

- **„Се-во-едно осигурување“ модел**

Различни организации како МФИ, осигурителни компании, исто така можат да ги продаваат своите полиси директно на сиромашните, преку агенти, преку комисија за продажба или и двете. Во овој модел, истиот ентитет (лиценциран осигурувач) ги сноси сите трошоци и ризици поврзани со производот, а исто така ги извршува сите функции за дистрибуција и сервисирање.

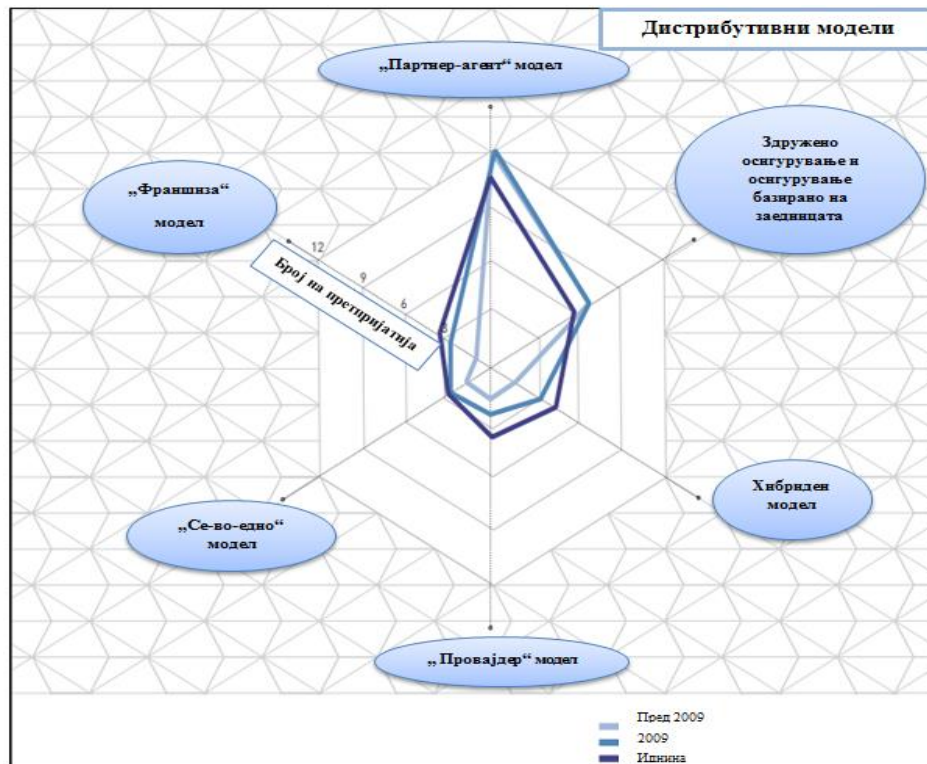
- **„Франшиза“ модел**

Во овој модел, професионалниот осигурител ја одобрува својата лиценца и му доделува дел од својот капитал на стекнувачот на лиценцата преку договор за реосигурување. Носителот на лиценцата е задолжен за дизајнирање на производот, поставување на цените и управување со загубите и добивките.

- **Модел „снабдувач“**

Овој модел подразбира дека осигурувачот (формален или неформален) ги обезбедува сите или дел од опфатените услуги, како што се здравствената заштита или погребните услуги. Тој има контрола на квалитетот на обезбедената услуга, што е клучен елемент во задоволството на клиентите и задржување на истите. Главниот недостаток на овој модел е потенцијалната несоодветност на давателот на услуги да го сноси потребниот ризик или да извршува други функции што се бараат од осигурителот, особено ако е неформален. Во одредени земји постојат регулаторни ограничувања на овој модел. Иако, како најзастапени дистрибутивни модели во микроосигурувањето на глобално ниво сеуште се сметаат „партнер-агент“ моделот, здруженото осигурување и осигурувањето базирано на заедницата, осигурителните компании и интермедијарите се залагаат за имплементација на поиновативни модели, како што се моделот „франшиза“ или хибридниот модел кој е комбинација на два или повеќе дистрибутивни модели (Слика 4).

Слика 4. Опфатеност на микроосигурителни дистрибутивни модели на глобално ниво



Извор: „Donors and Microinsurance“ (2012), Microinsurance Network.

Овој податок е илустрација за високиот степен на флексибилност на осигурителните компании и вклучените страни во микроосигурувањето и е потврда за способноста истите да се прилагодат на новите трендови кои се развиваат во оваа област.

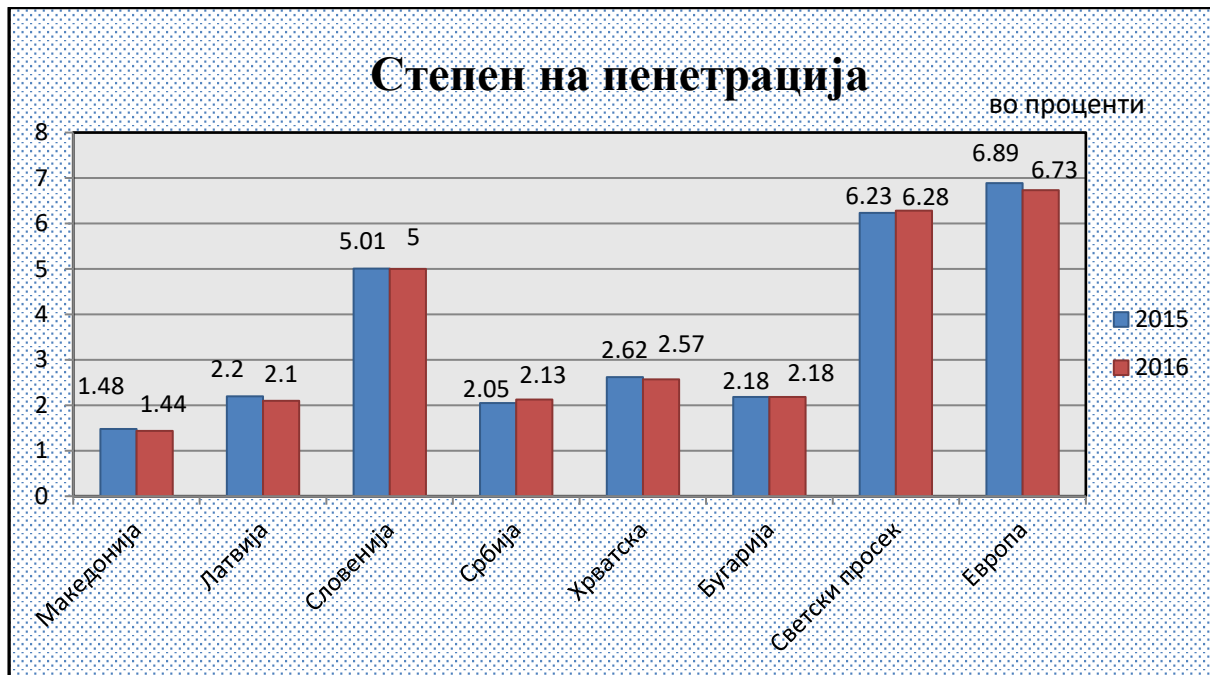
2. Квалитативна анализа на интегралниот пазар на осигурување и апликација на SWOT анализата во формулирањето на потенцијална стратегија за планирање на процесот на имплементација на микроосигурувањето во Република Македонија

2.1. Анализа на осигурителните индикатори

Осигурителниот пазар во Македонија во последните години бележи раст, меѓутоа, тој се смета за пазар во развој и е далеку од нивото кое е достигнато на осигурителните пазари ширум светот. Една од причините за постоечката фаза на македонскиот осигурителен пазар е недоволната свест, осигурителна култура и информираност меѓу потенцијалните клиенти за широкиот спектар на можности кои ги нуди осигурувањето. Со цел да се разбере нивото на развиеност и потребата за имплементирање на нов сегмент на осигурителниот пазар, во продолжение се анализирани показателите за степенот на пенетрација и степенот на густина на осигурителната индустрија во Република Македонија како a posteriori индикатори за развиеноста на осигурителната индустрија.

Степенот на пенетрацијата го мери придонесот на бруто полисираните премии во бруто-домашниот производ (БДП) на земјата и е изразен во проценти. Степенот на пенетрација во Република Македонија е 1,48% во 2015 и 1,44% во 2016 (Слика 5). Латвија (2,2% во 2015 и 2,1% во 2016) и Словенија (4,8% во 2015 и 4,7% во 2016), како земји со слични демографски карактеристики со Македонија, имаат значително повисок степен на пенетрација во однос на Македонија. Степенот на пенетрација во Европа бележи пад од 0,16 % во 2016 година (од 6,89% во 2015 на 6,73% во 2016).

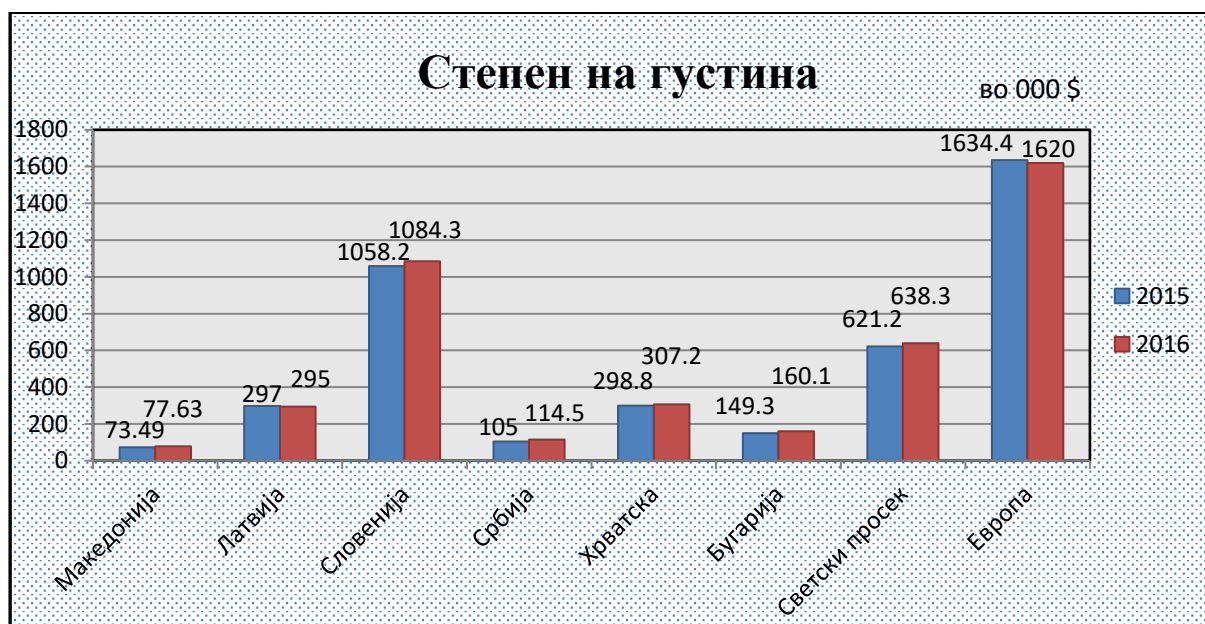
Слика 5. Степен на пенетрација



Извор: ACO (2018), OECD (2018) и Swiss Re (2018).

Степенот на густина се користи како показател за развојот на осигурувањето во една земја и се пресметува како сооднос меѓу бруто полисираната премија и бројот на жители во земјата. Бруто полисираните премии во Република Македонија бележат растечки тренд од \$73,49 во 2015 на \$77,63 во 2016, по глава на жител (Слика 6). Меѓутоа, според Латвија (\$297 во 2015 и \$295 во 2016) и Словенија (\$1058,2 во 2015 и \$1084,3 во 2016), степенот на густина во Република Македонија е значително низок (Слика 6). Според Statista (2018), степенот на густина во Словенија е \$1184 во 2017, а словенечкиот осигурителниот пазар се смета за еден од најдинамичните и брзо растечки. Раст на бруто полисираните премии по глава на жител се забележани во 2016 година во Србија (\$105 во 2015 и \$114,5 во 2016), Хрватска(\$298,8 во 2015 и \$307,2 во 2016) и Бугарија (\$149,3 во 2015 и \$160,1 во 2016).

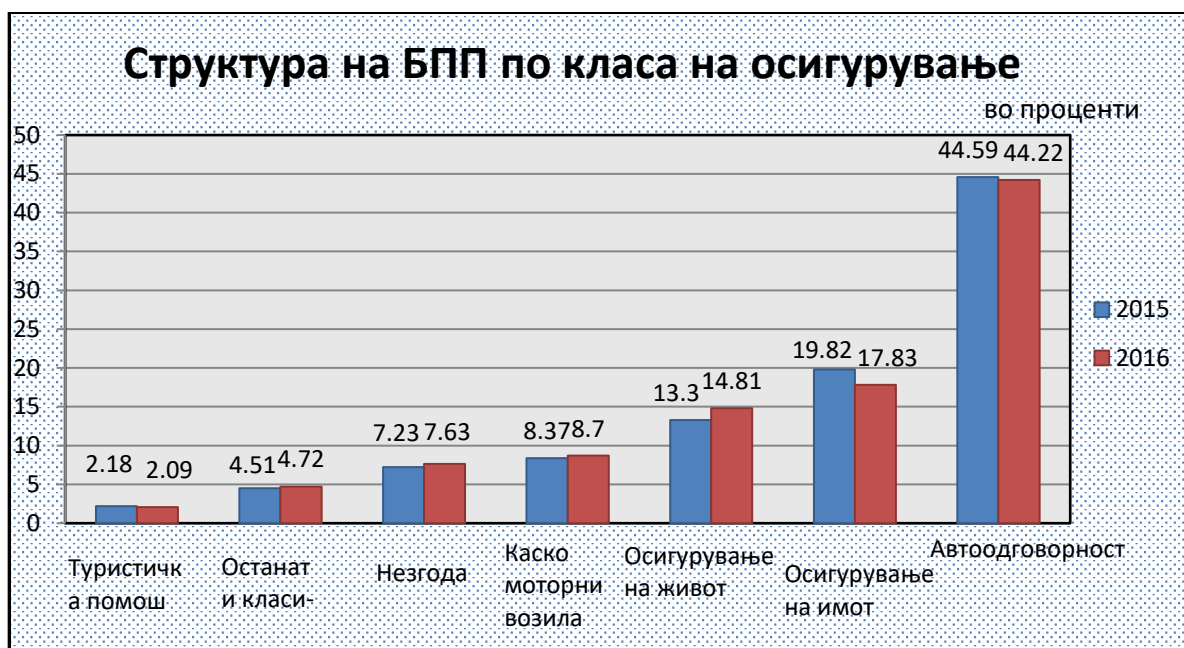
Слика 6. Ниво на осигурителна густина во одделни држави



Извор: ACO (2018), OECD (2018) и Swiss Re (2018).

Осигурување од автоодговорност е задолжителен вид осигурување, а како резултат на тоа е и најзастапена класа во вкупната БПП во Република Македонија која учествува со 44,2 % во 2016 (44,59% во 2015). Осигурувањето на имот како втора најзастапена класа во Република Македонија бележи опаѓачки тренд од 19,82% во 2015 на 17,83% во 2016 (Слика 7), додека кај осигурувањето на живот е забележан благ раст од 13,3% во 2015 на 14,81% во 2016 година. Овие податоци сугерираат дека во Република Македонија постои ниска свест за осигурување меѓу населението и честопати истото се смета за скап и непотребен производ, а не инвестиција за сигурна иднина. За да се надмине оваа пречка потребно е македонските осигурителни компании да се насочат кон развој на иновативни пристапи на дистрибуција на незадолжителните класи на осигурување до целните потрошувачи, воведување на нови производи и развој на веќе постоечките, како и едукација на населението со цел зголемување на свеста за можностите кои ги нуди осигурувањето само по себе.

Слика 7. Структура на БПП по класа на осигурување



Извор : АСО, 2018

Главно поради културата, недоволната информираност, но пред се неподготвеноста на населението да потрошат дел од својта заштеда за купување на осигурителна полиса, постои потреба од воведување на нов производ како микроосигурувањето со цел да се надмине класичното размислување кај населението во однос на високите премии на постоечките осигурителни услуги.

2.2. SWOT анализа

SWOT е кратенка од **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats. Тоа е методолошка анализа на сите предности, слабости, можности и закани, и се користи за бизниси или за индивидуални професионалци. SWOT анализата не треба да се поистоветува со листа од силните и слабите страни на една компанија. Таа е алатка за градење на долгорочна визија за производот и стратегијата. Во продолжение се анализира сите предности, слабости, можности и закани во почетната фаза на имплементација на микроосигурувањето во Република Македонија.

2.2.1. Предности

Предностите може да се дефинираат како преглед на јаките страни на организацијата или бизнисот, во нашиот случај, македонски осигурителни компании.

➤ **S1- Иновативен производ :** Микроосигурувањето е нов производ, не е понуден од страна на постоечките осигурителни компании во Република Македонија. Тоа дава предност во однос на продажбата и рекламирањето.

➤ **S2-Нов механизам за справување со ризикот меѓу сиромашното население:** Со имплементација на микроосигурувањето, се воведува и нов механизам за справување со ризикот меѓу лицата со ниски приходи.

➤ **S3–Технологија:** Во минатото, традиционалните осигурители не гледаа смисла во понудата на производи за микроосигурување. *Прво*, се сметало дека е тешко да се оствари профит. *Второ*, недостатокот на значајни податоци за активностите и средствата за живот на сиромашните, исто така, направи да биде невозможно да се изврши проценка на ризикот, а врз основа на тоа да се формира и цената на полисите за микроосигурување. Технологијата го менува сето ова. Македонските осигурителните компании кои ќе влезат во доменот на микроосигурување ќе имаат можност да соработуваат со поголемите осигурители, па дури и телекомуникациските компании, се со цел, да обезбедат прифатливи производи и услуги. Употребата на беспилотни летала и сателити, на пример, би им помагала на осигурениците да го оценат влијанието на инцидентите поврзани со временските услови земјоделците, без трошоци за посета на локацијата.

➤ **S4-Зголемена профитабилност:** Со воведување на микроосигурувањето како иновативна услуга и нов механизам за справување на ризикот, ќе се зголеми довербата кај руралните заедници, што ќе резултира кон повисока побарувачка на микроосигурителните производи, а тоа би значело и зголемена профитабилност кај македонските осигурителни компании.

2.2.2. Слабости

Слабостите се листа на слаби страни кои се сметаат како штетни за македонските осигурителни компании, или области во деловните активности кои треба да се подобрат.

- **W1-Непознат потенцијален пазар (нема статистички податоци, искуство):** Поради фактот што микроосигурувањето сеуште не е имплементирано во Република Македонија, постои недостаток на статистички податоци, проценки, знаења и искуства кај македонските осигурителни компании во однос на истото. Ова се смета како слабост меѓу осигурителите.
- **W2-Нов производ, ќе треба време за постигнување на целосен капацитет:** Процесот на запознавање на потенцијалните клиенти со новиот производ е долготраен и бара од осигурителните компании да бидат истрајни и значаен дел од нивните деловни активности да ги насочат кон постигнување на целосен капацитет.
- **W3- Недостаток на знаење за пазарот на микроосигурителни услуги:** Голем дел од вработените во македонските осигурителни компании, имаат недостаток на информации и знаење за начинот на функционирање на микроосигурителниот пазар.
- **W4-Негативен однос кон воведување на нов производ:** Според теоријата на рационален избор, се смета дека повеќето човечки одлуки се засноваат на максимизирање на сопствениот профит, а со имплементација на оваа теорија во практиката може да се предвидат и објаснат идните одлуки на осигурителните компании за воведување на нов производ, земен во предвид ризикот во процесот на имплементација.

2.2.3. Можности

Можностите се трендови, сили, настани и идеи од кои македонските осигурителни компании може да профитираат.

- **O1- Подobar пристап до здравствена заштита:** Една од главните причини за ниските стапки на користење на здравствените услуги во земјите со ниски приходи како Република Македонија е недостатокот на прифатливо покритие за здравствено осигурување. Пазарите на приватното здравствено осигурување и системите за здравствено осигурување базирани на вработување не се достапни за мнозинството од населението. Микроосигурувањето го подобрува пристапот до здравствена заштита кај најранливото население.
- **O2-Подобрена доверба кај руралните заедници во однос на осигурувањето:** Во Република Македонија постои огромна недоверба во однос на функционалноста на осигурувањето, која главно произлегува од фактот дека лицата со ниски примања се чувствуваат заборавени и не безбедни во општеството, со оглед на тоа што не можат да си го дозволат регуларното осигурување. Со имплементирање на микроосигурувањето

во Република Македонија овој проблем би исчезнал во голема мера, а довербата во однос на осигурувањето кај овие лица значително би се зголемила, особено кај имотното и земјоделското осигурување. Оттука, произлегува дека осигурителната индустрија ќе бележи раст, а воедно и зголемени профити за осигурителните компании и учесниците на пазарот на микроосигурување.

➤ **О3–Развој на македонската осигурителна индустрија :** Голем дел од населението се квалификува како *потрошувач* на овој производ, што е огромна деловна можност за компаниите кои вршат активности во оваа сфера, а воедно и можност за развој на македонската осигурителна индустрија, во целост.

➤ **О4-Ценовно еластичен осигурителен пазар:** Од спроведените истражувања за македонскиот осигурителен пазар, може да се забележи дека тој е ценовно еластичен. Малото намалување на премијата за било кој вид осигурителен производ, воедно би значело и зголемена продажба на таа полиса. Ниските уплати на премии се карактеристични за микроосигурувањето, а со правиот избор на маркетинг стратегија, истото може да биде многу успешно .

2.2.4. Закани

Како закани се сметаат сите можни негативни настани или сили за кои компаниите немаат контрола, кои треба да се земат во предвид и за кои постои потреба од планирање или стратегија како тие да се ублажат.

➤ **T1-Ниска свест, непостоење на култура за осигурување, ниска финансиска писменост:** Истражувањата потврдуваат дека постои силна врска помеѓу финансиската писменост, употребата на финансиски услуги и благосостојбата на потрошувачите (Lusardi & Mitchell, 2008). Домаќинствата со ограничено познавање на карактеристиките на современите финансиски услуги имаат тенденција да имаат лошо финансиско планирање и последователно лоша финансиска состојба (Stango & Zinman, 2006; Lusardi & Mitchell, 2007).

➤ **T2-Недоволна информираност меѓу потенцијалните клиенти:** Недостатокот на информираност меѓу потенцијалните клиенти за можностите кои ги нуди микроосигурувањето е слабост што произлегува од надворешното окружување, а за да ја надминат оваа слабост, осигурителните компании треба да бидат истрајни и да формулираат правилна маркетинг стратегија.

➤ **T3-Не е прифатено од пазарот :** При воведување на нов производ, секогаш постои ризик тој да не биде прифатен од пазарот. Голем број истражувања (Henkel & Hippel, 2005; Vason et al.,1994) сугерираат дека само навременото и сигурно знаење за потребите и барањата на потрошувачите е единствената и најважна област на информации кои се потребни за развој на нови производи.

➤ **T4-Многу ризичен бизнис (висока стапка на смртност меѓу сиромашното население):** Од перспектива на осигурителните компании, микроосигурувањето се смета за ризичен бизнис. Иако, видот на ризици со кои се соочуваат сиромашните, не се разликуваат од оние со кои се соочуваат другите, тие се повеќе подложни на таквите ризици поради нивната економска околност.

2.2.5. SWOT матрица

SWOT матрицата (2X2) може да биде корисна во доменот на стратешкото планирање. Се основа на четири елементи: предности, слабости, можности, закани. Како внатрешни фактори се сметаат предностите и слабостите кои се наоѓаат внатре во организацијата и надворешни фактори, можностите и заканите, презентирани како дел од надворешното окружување на организацијата. Во оваа SWOT матрица (Слика 8) се работи со „ - -, -, 0, +, ++ “ систем, за да го одредиме ефектот што една предност може да го има на одредена закана или една слабост може да има на одредена можност.

Оттука, следува пресметка каде: „ -- = -2“ ; „ - = -1 “ ; „ 0 = 0 “ ; „ + = + 1 “ ; „ ++ = +2 “ . Вкупните суми даваат увид во перформансите на компаниите. Матрицата се базира врз претпоставката дека осигурителните компании се во фаза на донесување на одлука за можна имплементација на микроосигурувањето. SWOT матрицата дава одговор на четири прашања :

1. „S-O“ однос: Каков е ефектот на предноста кон одредена можност?
2. „W-O“ однос: Каков е ефектот на слабоста кон одредена можност ?
3. „S-T “ однос : Каков е ефектот на предноста кон одредена закана ?
4. „W-T“ однос: Каков е ефектот на слабоста кон одредена закана ?

Слика 8. SWOT матрица

	Можности (екстерни, позитивни)					Закани (екстерни, негативни)						
	Подобар пристап до здравствена заштита	Подобрена Доверба кај руралните заедници	Развој на осигурителната индустрија	Ценовно еластичен осигурителен пазар	Ниска свест, непостоење на култура за осигурување, ниска финансиска писменост		Недоволна информираност меѓу клиентите	Не е прифатено од пазарот	Многу ризичен бизнис (висока стапка на смртност меѓу сиромашното население)	$\Sigma +$	$\Sigma -$	
Предности (интерни, позитивни)												
Иновативен производ		++	++	+	++		+	+	0	--	9	2
Нов механизам за справување со ризикот меѓу сиромашното население		++	+	+	+		+	+	0	--	7	2
Технологија		+	0	++	0		0	0	0	0	3	0
Зголемена профитабилност		0	-	++	0		-	0	0	+	3	2
Слабости (интерни, негативни)												
Непознат потенцијален пазар (нема статистички податоци, искуство)		0	0	0	0		--	-	0	-	0	4
Нов производ, ќе треба време за постигнување на целосен капацитет		0	+	+	++		0	--	--	-	4	5
Недостаток на знаење за пазарот на микроосигурителни услуги		0	0	0	0		--	-	-	--	0	6
Негативен однос кон воведување нов производ		0	0	0	+		0	0	+	+	3	0
$\Sigma +$		5	4	7	6		2	2	1	2	58	
$\Sigma -$		0	1	0	0		4	4	3	8		41

Извор : пресметки на авторот.

По спроведената пресметка, каде земени се во предвид наведените предности, слабости, можности и закани, може да се забележи дека во Република Македонија постои позитивна клима за имплементација и инвестирање во микроосигурителниот пазар.

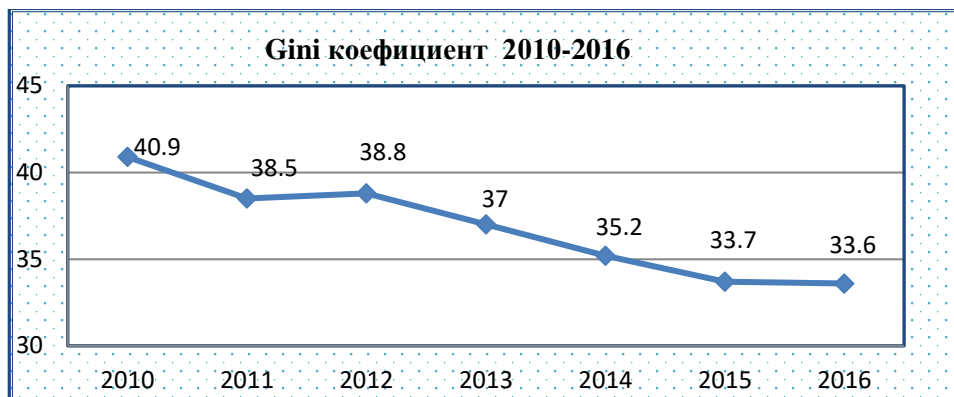
3. Анализа на можностите за имплементација на микроосигурувањето на осигурителниот пазар во Република Македонија

3.1. Макроекономски индикатори

Макроекономските индикатори служат за проценка на потенцијалниот микроосигурителен пазар во Република Македонија. Внатрешната политичка криза ги попречи економските перформанси, со забавување на растот на БДП во 2016 и 2017 година, проследен со опаѓање на домашните приватни и јавни инвестиции (СИА, 2018). Во 2017 година, јавниот долг се стабилизира на околу 47% од БДП, со уште релативно низок во споредба со земјите од Западен Балкан и остатокот од Европа (СИА, 2018). Стапката на невработеност бележи пад од 34,93 % во 2007 година, на 22, 95 % во 2017 година (Statista, 2018). Се очекува економската активност постепено да се зголемува, бидејќи Светска банка (2018), предвидува раст од 3,2% во 2018 година, 3,9% во 2019 година и 4% во 2020 година, а според проценките на ММФ (2018), 3,2% во 2018 година и 3,4% во 2019 година.

Gini коефициент е статистичка мерка за степенот на варијација претставена во збир вредности, што се користи во анализата на нееднаквоста во приходите (ДЗСРМ, 2018). Доколку вредноста на Gini коефициентот е 0, тоа претставува совршена еднаквост, додека индексот од 100 подразбира совршена нееднаквост (World bank, 2018). Како што е прикажано на Слика 9, Gini коефициентот бележи опаѓачки тренд од 40,9 во 2010-та на 38,5 во 2011-та. Пораст од 0.3 е евидентиран во 2012 во однос на 2011. Во периодот од 2012-та до 2016-та Gini коефициентот бележи значителен опаѓачки тренд од 38,8 во 2012-та на 33,6 во 2016-та година. Република Македонија има најголема нееднаквост во приходите во Западен Балкан. Според проценките на Светска банка, Gini коефициентот во Македонија во 2015-та е 35,6 и е значително повисок од Србија (28,5 во 2015-та), Албанија (29 во 2012-та), Црна Гора (31,9 во 2014-та), Косово (26,7 во 2013-та) и Босна (32,7 во 2015-та).

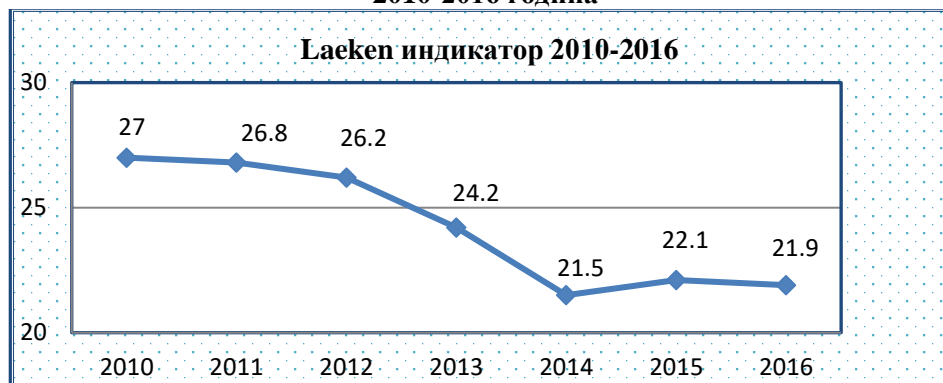
Слика 9. Gini коефициент, Република Македонија 2010-2016 година



Адаптирано од: Државен завод за статистика на Република Македонија, 2018.

Лаекен индикаторите се збир на заеднички европски статистички показатели за сиромаштија и социјална исклученост (Marlier, 2007). На Слика 10 претставен е Лаекен индикаторот за стапка на сиромаштија. Како основа на пресметките на сиромаштијата се приходите, а прагот на сиромаштија е дефиниран на 60% од медијалниот еквивалентен приход.

Слика 10. Лаекен индикатор за стапка на сиромаштија, Република Македонија 2010-2016 година

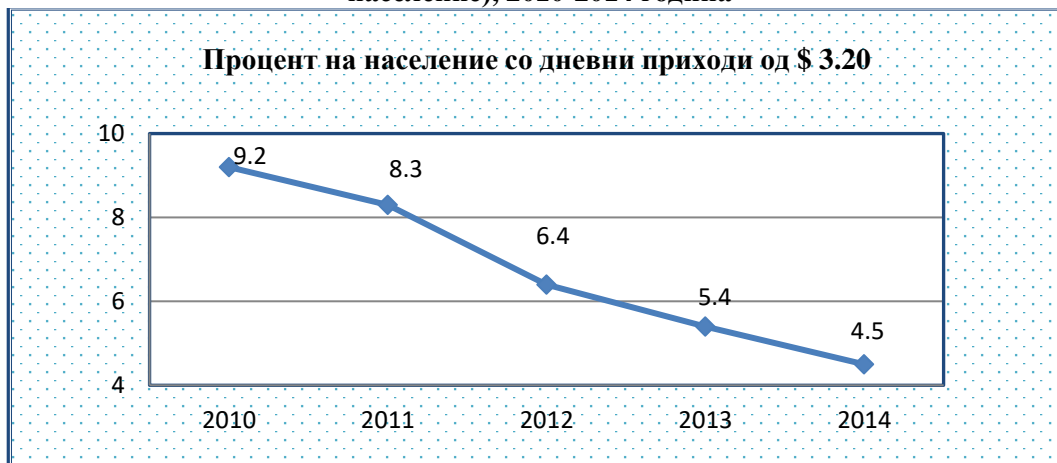


Адаптирано од: Државен завод за статистика на Република Македонија, 2018.

По опаѓачкиот тренд од 27 во 2010 на 21,5 во 2014, стапката на сиромаштија бележи раст од 0.4% во 2016-та. Во 2016-та година, стапката на сиромашни лица во Република Македонија е 21,9%. Микроосигурувањето е наменето за лица со дневни приходи од \$1 до \$4. Според последните расположливи податоци од Светска банка, во Република Македонија, 4,5 % од вкупното население, располага со дневни приходи од \$3,20 (Слика 11). Овој процент е значително висок, спореден со Албанија (1,6 % во 2012-та)

и Косово (0,6% во 2013-та), земен во предвид бројот на вкупното население во овие три држави.

Слика 11. Население со дневни приходи од \$3.20, Република Македонија (во % од вкупно население), 2010-2014 година



Извор :World bank, 2018.

Слично, податоците од Светска банка покажуваат дека 6% од вкупното население во Република Македонија располага со дневни приходи од \$1,90 (Слика 12). Споредено со Албанија (1,6% во 2012-та) и Косово(0,6% во 2013-та) овој процент е значително висок.

Слика 12. Население со дневни приходи од \$ 1.90, Република Македонија (во % од вкупно население), 2010-2013



Извор : World bank, 2018.

➤ Приходи

Нивото на доход е од суштинско значење за сите модели на побарувачка за осигурување. Се очекува дека повисокот доход односно БДП по глава на жител ќе ја зголеми побарувачката за осигурителни услуги, генерирајќи поголема достапност на производи за животно осигурување.

Потврда дека со зголемувањето на приходите, расте и потребата за апсорбирање и субституција на вишокот средства и лично богатство се истражувањата на Li et al. (2007) и Beck & Webb (2003) кои докажуваат дека постои позитивната корелација меѓу висината на приходите и животно осигурување. Поединците со висок степен на образование обично имаат повисоки лични примања и имаат тенденција да купуваат осигурителни полиси.

➤ Инфлација

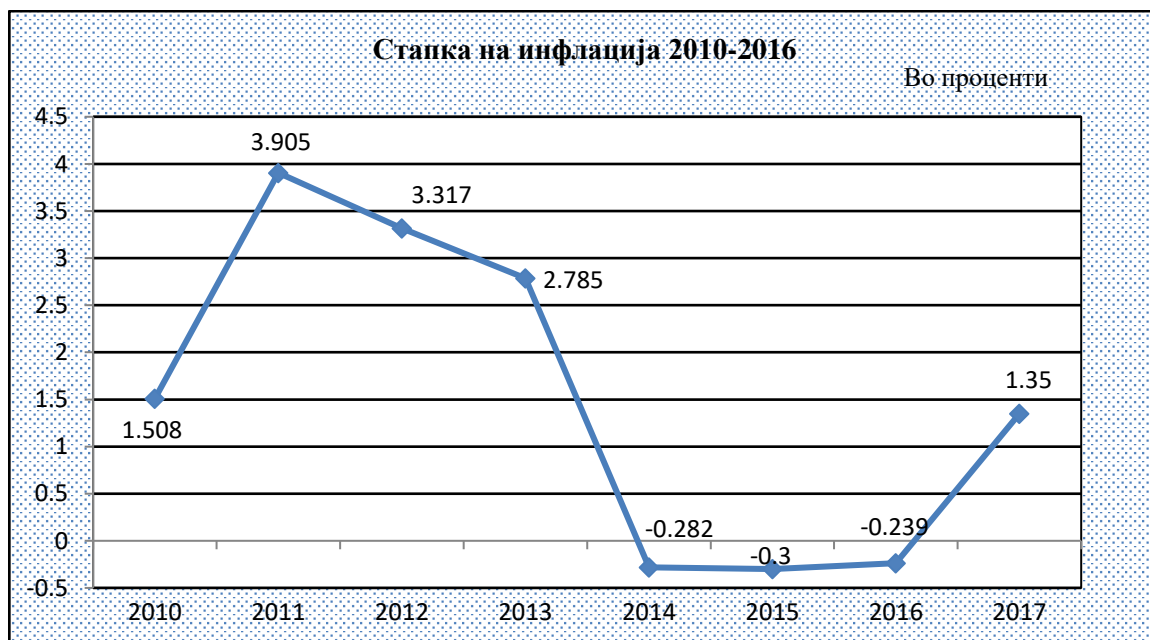
За осигурителни компании кои работат во доменот на неживотно осигурување, неантиципираната инфлација доведува до повисоки трошоци за исплата на штети, со што се намалува профитабилноста. Инфлацијата и дефлацијата се сметаат како опасни ризици за осигурителни компании кои вршат активности во доменот на животно осигурување. Инфлацијата е често придружена со зголемени каматни стапки, со што се намалува вредноста на гаранциите за враќање (return guarantees). Зголемената инфлација може да има негативен ефект врз побарувачката и може да доведе до тоа осигурениците да поништат голем дел од полисите за осигурување, а со тоа и да ги зголемат трошоците на осигурителните друштва .

Додека високата инфлација сама по себе може да ги зголеми побарувањата на осигурениците, интеракцијата со други економски и финансиски променливи може да доведе до покомплексна процена на ризикот. На пример, традиционалната Филипсова крива (1958) покажува дека инфлацијата може да биде придружена со ниска стапка на невработеност. Така, во време кога осигурителот може да се соочи со повисоки побарувања предизвикани од инфлација, овие ефекти може да се компензираат со пониска невработеност која може да ја подобри продажбата и стабилноста кај осигурителите. Но, ниската стапка на невработеност може да доведе и до позитивни ефекти на берзата, што дополнително ја ублажува изложеноста на осигурителните компании на повисока побарувачка за исплата на штети. Користејќи регресија на временски серии за периодот од 1946 до 1964 година, Neuman (1969) го истражува

влијанието на инфлацијата врз побарувачката на животното осигурување, а за спречување на погрешна корелација користи и други варијабли како што се приходот, бројот на бракови, раѓањата и урбаните домаќинства. Како резултат на тоа, истражувањето покажа дека инфлацијата нема значително влијание врз побарувачката на животно осигурување.

Инфлацијата се дефинира како пораст на општото ниво на цените во една земја. Стапката на инфлацијата се пресметува така што разликата меѓу индексот на цените во тековниот период и индексот на цените во претходниот период ќе се подели со индексот на цените во претходниот период, односно $IR = \frac{CPI(t) - CPI(t-1)}{CPI(t-1)}$ (Таки Фити, 2004). На Слика 13 прикажана е стапката на инфлација во Република Македонија во периодот од 2010 до 2017 година.

Слика 13. Стапка на инфлација, Република Македонија, 2010-2016 година



Извор: World bank & Statista, 2018.

Пораст на инфлацијата е забележан во 2011 година (од 1,508% во 2010 на 3,905% во 2011), кој е проследен со опаѓачки тренд (од 3,905% во 2011 на 2,785% во 2013). Според Statista (2018) просечната стапка на инфлација во 2017 изнесува 1,35% споредено со 2016.

➤ Реални каматни стапки

Ниските каматните стапки ги намалуваат обврските на осигурителните компании, а со тоа се намалуваат и идните обврски осигурителите кон осигурениците. Сепак, пониските каматни стапки исто така можат да ги направат осигурителните производи помалку атрактивни, што ќе резултира со пониска продажба, а со тоа и пониски приходи во вид на премии што друштвото за осигурување може да ги инвестира. Додека прецизниот ефект од промените на каматните стапки на одредена осигурителна компанија може да биде неизвесен, бројни истажувања покажуваат дека постои позитивна релација помеѓу профитабилноста на осигурителните компании и зголемените каматни стапки.

Реалната каматна стапка се дефинира како активна каматна стапка која е прилагодена на инфлацијата, а е мерена преку дефлаторот на БДП (World bank, 2018). Реалните каматни стапки во периодот од 2010 до 2017 година во Република Македонија се прикажани на Слика 14, каде може да се забележи дека во 2012 каматната стапка достигнува највисоко ниво од 7,418%, и најниско во 2016 од 2,284%.

Слика 14. Реални каматни стапки, Република Македонија, 2010-2017 година



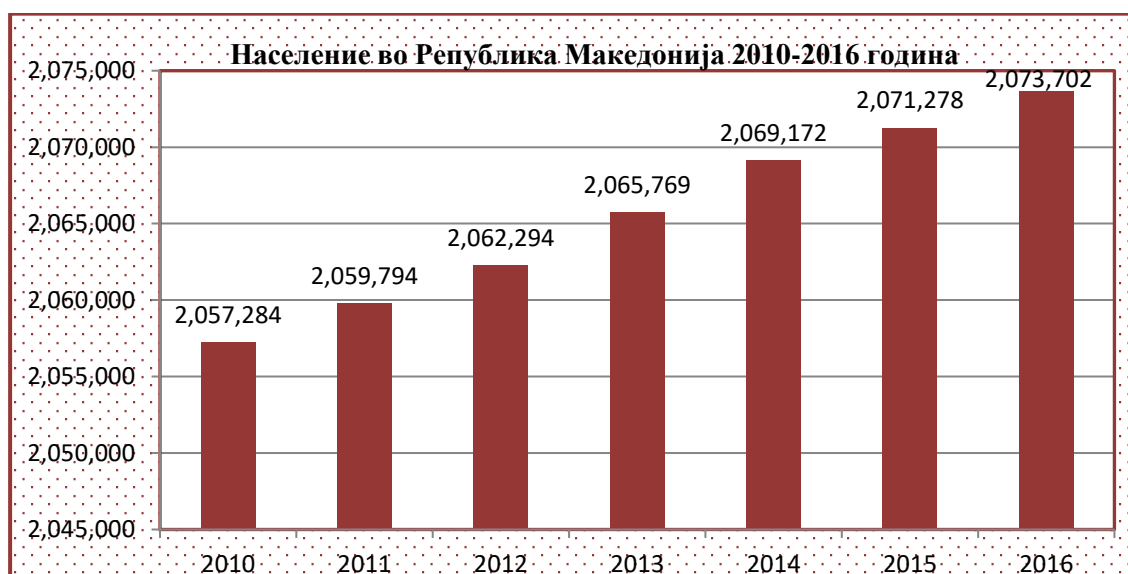
Извор: World bank, 2018.

Конечно, макроекономските индикатори укажуваат на фактот дека во Република Македонија постои голем потенцијален пазар за имплементација на микроосигурувањето, а воедно и позитивна клима за инвестирање и воведување на нов механизам за справување со ризикот меѓу сиромашното население.

3.2. Демографски показатели

Демографските показатели служат за проценка на потенцијалниот микроосигурителен пазар во Република Македонија. Извори на податоците за населението се пописите на населението спроведени во 1921,1931,1948,1953,1961,1971,1981,1991,1994,2002 година, според единствени методологии и единствени обрасци, на сите подрачја од пописот (ДЗСРМ,2018). Според последните расположливи податоци, вкупното население во Македонија е проценето на 2.073.702 во 2016 година (Слика 15).

Слика 15. Население во Република Македонија 2010-2016 година

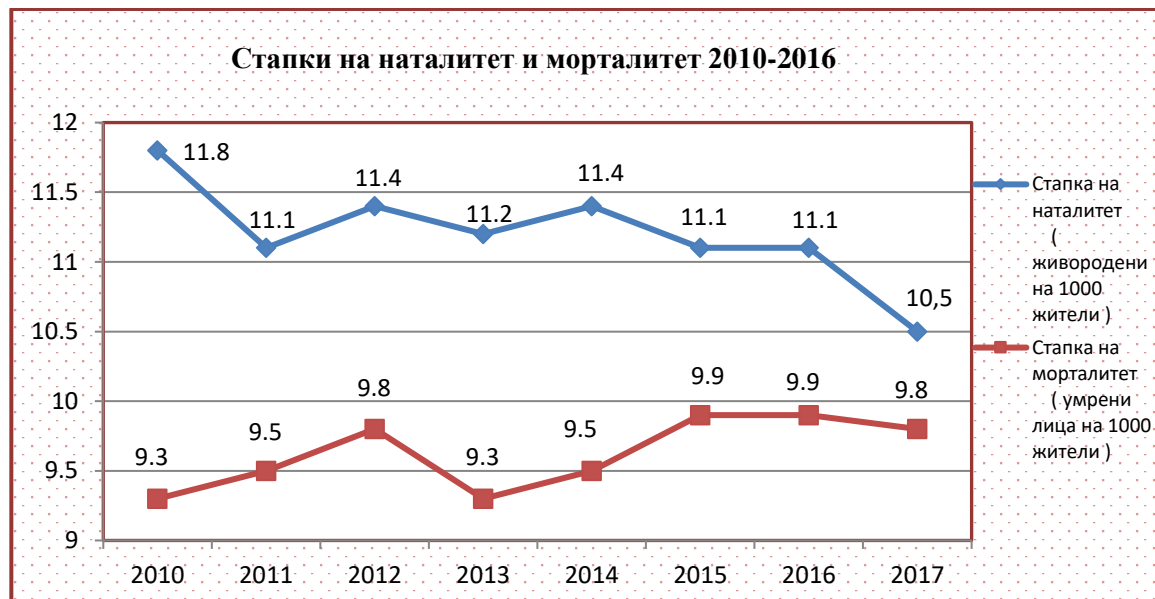


Адаптирано од: Државен завод за статистика на Република Македонија, 2018.

Стапката на наталитет претставува однос меѓу бројот на живородените деца и просечниот број на населението на средината на годината на 1000 жители. Според податоците од Државен завод за статистика (2018) во Република Македонија стапката на наталитет бележи значителен опаѓачки тренд од 11,8 во 2010 на 10,5 во 2017 година (Слика 16). Според Светска банка (2018), стапката на наталитет во Македонија е 11,277 во 2016, и е значително повисока, споредено со Хрватска (9 во 2016), Бугарија (9,1 во 2016), Србија (9,2 во 2016). Стапката на морталитет е сооднос на бројот на умрените лица во текот на целата година и просечниот број на население на средината на годината на 1000 жители. Според податоците од Државен завод за статистика во Република Македонија стапката на морталитет е 9,8 во 2017 (Слика 16). Според Светска банка (2018), стапката на морталитет во Македонија е 9,798 во 2016 година, и е

значително повисока, споредено со Албанија (7,379 во 2016) и Косово (7 во 2016). Стапките на морталитет во Србија (14,3 во 2016), Бугарија (15,1 во 2016), Хрватска (12,3 во 2016), Црна Гора (9,863 во 2016) се повисоки во однос на Македонија. Просечната возраст на умрените лица во градските подрачја изнесува 72.1 години наспроти 72.8 години во селските или поголема старост имаат лицата умрени во селските подрачја (ДЗСРМ,2018).

Слика 16. Стапки на наталитет и морталитет во Република Македонија 2010-2016



Адаптирано од: Државен завод за статистика на Република Македонија, 2018.

➤ **Возраст**

Лицата на возраст од 30 до 40 години го трошат најголемиот дел од приходот на зависни членови на семејството и трајни добра. Така, помал дел од приходот е расположлив за купување на осигурителни услуги во споредба со оние кои спаѓаат во возрасната класа од средина на 40-тите до 50-тите години бидејќи поединците располагаат со повисоки примања и имаат притисок врз личната потрошувачката. Истото важи и за следните возрасни периоди до пензионирањето кога се намалуваат приходите. Позитивна корелација меѓу побарувачката за осигурување на живот и лицата во подоцнежните години е изнајдена во истражувањата на Truett & Truett (1990) и Showers & Shotick (1994), додека Hammond et al. (1967) покажуваат безначајност во односот. Следејќи ги резултатите од истражувањата на Gandolfi & Miners (1996), може да заклучиме дека не постои влијание на возраста врз побарувачката за животно

осигурување од страна на жените, додека возраста кај мажите негативно влијае на потрошувачката на животна осигурување.

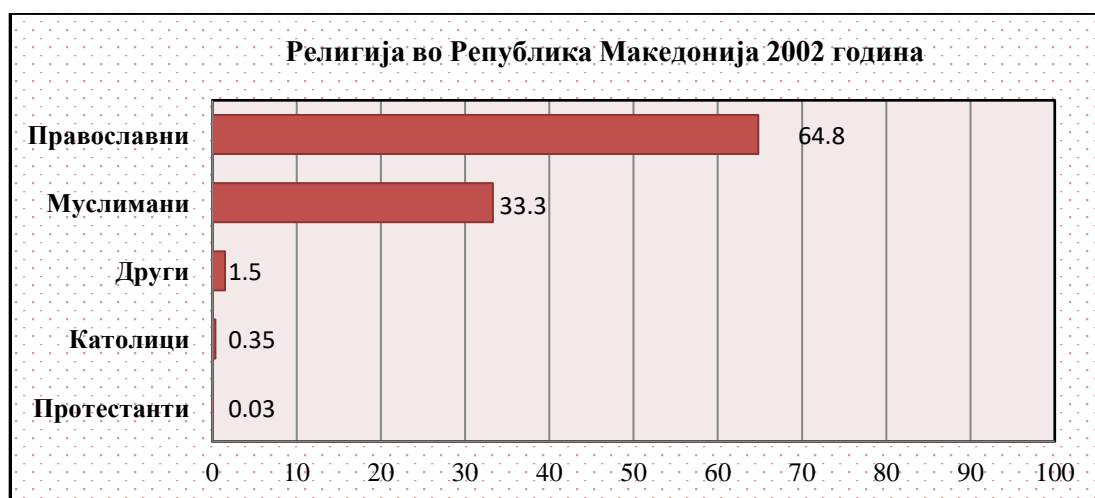
3.3. Социолошко-културолошки параметри

Како главни социјално-културолошки и бихејвиористички параметри кои влијаат врз побарувачката на микроосигурителните услуги се религијата нивото на образование и четирите културни димензии на Hofstede : индивидуализам, маженственост, избегнување на ризик и долгорочна ориентација.

➤ Религија

Голем процент од лицата кои се христијани, будисти или муслимани, Zelizer (1979) забележува дека се во конфликт со концептот на осигурување. Религиозните луѓе веруваат дека потпирање на осигурувањето за да се заштити животот или имотот е резултат на недоверба во Божјата заштитна нега. Brown & Kim (1993) сметаат дека исламските верувања значително ја намалуваат побарувачката за осигурување на живот. На Слика 17 се прикажани податоци за застапеноста на различните религии во Република Македонија. Во 2002 година, според Државниот завод за статистика, како православни христијани се категоризирале 64,8% од вкупното население, додека 33,3% се поистоветуваат како исламски верници. 1,5% од населението верува во други религии, а 0,35% се католици, и 0,03% протестанти.

Слика 17. Религија во Република Македонија 2002 година



Адаптирано од : Државен завод за статистика, „Попис 2002“, книга 10, стр.335.

➤ Образование

Нивото на образование позитивно влијае врз побарувачката за осигурување од неколку причини. Truett & Truett (1990) тврдат дека повисокото ниво на образование е поврзано со посилна желба за заштита на животниот стандард и имотот. Brown & Kim (1993) сметаат дека повисокото образование ја зголемува аверзијата кон ризикот. Outreville (1996), исто така, го поддржува гледиштето изразено од Brown & Kim (1993). Поголемото времетраење на образованието, доведува до подолга зависност од роднини, што придонесува за повисока побарувачка за осигурителни услуги (Li et al., 2007). Од друга страна пак, колку повеќе луѓе се вклучени во образовниот процес, толку помалку работна сила е презентирана на пазарот, со што се намалува вкупниот БДП на земјата. Затоа, се смета дека релацијата меѓу образованието и побарувачката на осигурување е комплексна и има двонасочно влијание. Образованието нуди подобро разбирање за придобивките од управувањето со ризикот и долгорочните заштеди преку зголемената информираност околу достапноста на производите за животно осигурување (Hwang & Gao, 2003).

3.3.1. Пилот-истражување и влијание на културните димензии врз побарувачката на микроосигурителни услуги

Hofstede (1983) ги анализираше одговорите во 116.000 прашања од областа на културата кои беа собрани во подружниците на IBM во 64 земји. Од студијата произлегоа четири национални културни димензии :

Индивидуализмот (IDV) го мери степенот до кој луѓето во една земја претпочитаат да дејствуваат како поединци, а не како членови на групи. Доколку нивото на индивидуализам е високо меѓу испитаниците, се смета дека тоа позитивно влијае врз побарувачката на осигурителни услуги. Тие луѓе се стремат да го заштитат своето богатство , со оглед на фактот дека се помалку зависни од семејството или помалку се потпираат на други лица (Treerattanapun, 2011).

Маженственоста (MAS) оценува дали биолошките родови разлики влијаат на улогите во општествените активности. Во маженствените општества, работата и остварувањето приход им е од особена важност. Во женствените општества, помагањето на другите, грижата за животната средина и почитување на квалитетот на животот се клучните вредности. Chui & Kvock (2008) сметаат дека побарувачката за осигурување во женствените општества е поголема, бидејќи овие општества се многу

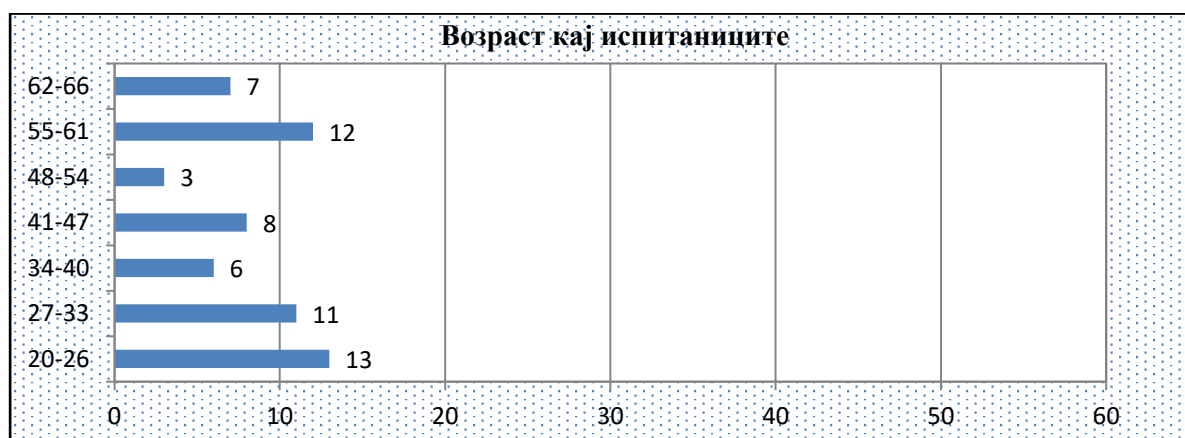
чувствителни на потребите на нивните семејства и сакаат да ги заштитат од финансиските последици и од ненавремена смрт, што се одразува доминантно во осигурувањето на живот. Ефектот на маженственоста / женственоста врз побарувачката за неживотно осигурување може да биде двосмислен. Побарувачката за осигурување може да биде поголема во маженственото општество поради контрола на иднината - фактор што може да го надмине високото ниво на грижа во женствените општества.

Избегнувањето на несигурност (UAI) е мерка за степенот до кој лицата "се чувствуваат загорзени од несигурни, непознати, двосмислени или неструктурирани ситуации".

Кај **голгорочно ориентираните земји (LTO)** фокусот е на идните награди, а "адаптација, упорноста и економичноста" се главни вредности. Во краткорочно ориентираните земји, се фокусот е на минатото и сегашноста и се вреднуваат почитта кон традицијата и исполнувањето на општествените обврски.

Поради недостаток од истажувања во однос на индексите на четирите културни димензии во Република Македонија, спроведено е пилот-истражување во кое учествуваа 60 лица со дневни приходи од 53-213 денари, од кои 20 се жители на населба Рача (Охрид), 20 од с.Кучково (Скопје) и 20 од населба Далјан (Охрид). Испитаниците се на возраст од 20-66 години (Слика 18).

Слика 18. Возраст кај испитаниците



Извор: пресметки на авторот.

Како основа на истражувањето користен е модулот за проценка на вредностите од 1994 година (Value Survey Module 1994) кој прилагоден на потребите на ова истражување и е во вид на анкета која е составена од 18 прашања на кои испитаниците треба да дадат одговор. Од нив 14 прашања се однесуваат на четирите културни димензии на Hofstede (4 прашања за нивото на индивидуализам, 4 прашања за нивото на маженственост, 4 прашања за нивото на избегнување на неизвесноста и 2 прашања во однос на долгорочната/краткорочна ориентација) и 4 прашања за идентификација на испитаниците како возраст, пол, висина на дневни приходи и националност.

Многу е важно да се напомене едно ограничување на VSM 94, а тоа е дека истражувањето треба да се базира на луѓе од иста националност, но исто така и на иста професија. Во спротивно, прашањата ќе обезбедат одговори кои нема да бидат споредливи и нема да се постигнат конечни заклучоци. Прашалникот е развиен за да се користи на национално ниво, поради што треба да се внимава како се дефинира примерокот. Прашањата се одговараат на скала од 1 до 5. Показателите за индексите се добиени од средните оценки на прашањата за националните или регионалните примероци на испитаници.

Пресметка на индексите на културните димензии на Hofstede

Како основа за ова истражување користена е методологијата на Hofstede (1980) за анализа на резултатите од прашалникот VSM 94. Методологијата е заснована на формули кои ги комбинираат одговорите од прашањата кои се во корелација со една димензија.

- **Индивидуализам**

Следнава формула се користи за пресметка на индексот на културната димензија *индивидуализам*:

$$IDV = -50m(01)+30m(02)+20m(04)-25m(08)+130.$$

Прашањата 01,02,04,08 се дефинирани како :

- ✓ Прашањето 01 се однесува на важноста да има доволно време испитаникот поминато со семејството (висока важност, висок IDV ; ниска важност, низок IDV).
- ✓ Прашањето 02 се однесува на важноста на физичките услови при работа како добра вентилација, осветлување, соодветен работен простор. (ниска важност, висок IDV ; висока важност, низок IDV).

- ✓ Прашањето 04 се однесува на важноста испитаникот да има соодветна сигурност при вработување како заштита од неоправдано отпуштање. (висока важност, низок IDV ; ниска важност, висок IDV).
- ✓ Прашањето 08 се однесува на важноста испитаникот да има предизвикувачка и динамична работа. (висока важност, висок IDV; ниска важност, низок IDV).

Индексот има опсег од околу 100 точки помеѓу силно колективистички и силно индивидуалистички земји. По извршената пресметка, *индексот за културната димензија индивидуализам е 32* (Слика 19).

- **Маженственост**

Следнава формула се користи за пресметка на индексот на културната димензија *маженственост*:

$$MAS = 60m(05) - 20m(07) + 20m(11) - 70m(14) + 100$$

Прашањата 05,07,11,14 се дефинирани како :

- ✓ Прашањето 05 се однесува на важноста на испитаникот да работи со луѓе кои добро соработуваат еден со друг (висока важност, низока MAS ; ниска важност, висока MAS).
- ✓ Прашањето 07 се однесува на важноста на испитаникот да има можност за унапредување на повисоки работни позиции (висока важност, висок MAS ; ниска важност, низок MAS).
- ✓ Прашањето 11 се однесува на нивото на верба што испитаникот ја има за луѓето (високо ниво, низок MAS ; ниско ниво, висок MAS).
- ✓ Прашањето 14 се однесува на тоа колку испитаникот смета дека луѓето се виновни што се неуспешни (висока важност, висок MAS; ниска важност, низок MAS).

Индексот има опсег од околу 100 точки помеѓу силно женствени и силно маженствени земји.

По извршената пресметка, *индексот за културната димензија маженственост е 80* (Слика 19).

- **Избегнување на неизвесност**

Следнава формула се користи за пресметка на индексот на културната димензија *избегнување на неизвесност*:

$$UAI = 25m(13) + 20m(10) - 50m(03) - 15m(12) + 120$$

Прашањата 13,10,03,12 се дефинирани како :

- ✓ Прашањето 13 се однесува на нивото на стрес при работа (висока важност, нискока UAI ; ниска важност, висока UAI).
- ✓ Прашањето 10 се однесува тоа колку може некој да биде добар менаџер доколку нема прецизни одговори на повеќето прашања што вработените му ги поставуваат во врска со нивната работа (висока важност, висок UAI ; ниска важност, низок UAI).
- ✓ Прашањето 03 се однесува на тоа дали испитаникот смета дека натпреварувањето меѓу вработените е добра или лоша работа (високо ниво, низок UAI ; ниско ниво, висок UAI).
- ✓ Прашањето 12 се однесува на тоа дали испитаникот би ги прекршил правилата поставени од страна на компанијата, дури и ако е во право (висока важност, висок UAI; ниска важност, низок UAI).

Индексот има опсег од околу 100 точки помеѓу земји со високо ниво на избегнување на неизвесноста и ниско ниво на избегнување на неизвесноста. По извршената пресметка, **индексот за културната димензија избегнување на ризик е 40** (Слика 19).

- **Долгорочна ориентација**

Следнава формула се користи за пресметка на индексот на културната димензија *долгорочна ориентација* :

$$LTO = -20m(06) + 20m(09) + 40$$

Прашањата 06,09 се дефинирани како :

- ✓ Прашањето 06 се однесува на важноста на штедењето (висока важност, ниска LTO; ниска важност, висока LTO).
- ✓ Прашањето 09 се однесува на важноста на традицијата (висока важност, ниска LTO ; ниска важност, висока LTO).

Индексот има опсег од околу 100 точки помеѓу земји кои се долгорочно ориентирани и краткорочно ориентирани. По извршената пресметка, **индексот за културната димензија долгорочна ориентација е 40** (Слика 19).

Слика 19. Индекси на културните димензии на Hofstede во Република Македонија



Извор : пресметки на авторот.

Сликата 19 ги отсликува индексите на четирите културни димензии добиени од спроведеното истражување. Индексот на индивидуализмот (IDV) е 32 што сугерира дека македонското општество е колективистичко, а високото ниво на колективизам може да влијае негативно врз побарувачката на микроосигурителни услуги. Индексот на маженственоста (MAS) е значително висок (79) во Република Македонија. Фактот дека „маженствените“ општества ставаат поголем акцент на амбициите, успехот и материјалните работи, укажува дека македонското општество има тенденција да го заштити своето богатство, а тоа во голема мера влијае позитивно врз побарувачката на микроосигурителни услуги. Ова е особено точно за микроосигурување на имот, посеви и средства. Од друга страна пак, општествата со високо ниво на избегнување на неизвесност (UAI) се помалку отворени кон промени и иновација, а со тоа и тешко прифаќаат нови, иновативни производи за разлика од општествата со ниско ниво на избегнување на несигурноста. Овој индекс во Република Македонија е 40 и покажува дека општеството има пониско ниво кон избегнување на неизвесноста, а правилата често се применуваат само за да бидат заобиколени и луѓето се потпираат на иновативни методи за "заобиколување на системот". Иако индексот не е доволно низок за со сигурност да се тврди дека микроосигурувањето ќе биде ведаш прифатено од пазарот, постои голема можност да биде успешно бидејќи ризикот и преземањето на ризик се сметаат како прифатливо средство за добивање на поголеми придобивки во

сите области од животот. Индексот на долгорочна ориентација (LTO) е 40. Ова укажува дека македонското општество раполага со мали заштеди и малку пари за инвестирање, а во неразвиените земји, сугерира слаб економски раст и развој. Нискиот резултат во оваа димензија значи дека македонското општество е попрактично отколку прагматично, покажува голема почит кон традициите, релативно мала склоност кон заштеда за иднината, и фокусирање на постигнување брзи резултати. Овој индекс влијае негативно врз побарувачката на микроосигурителни услуги.

3.4. Предизвици при имплементација на микроосигурувањето

Во повеќето случаи, луѓето се потпираат на нивната социјална мрежа, како членови на семејството, пријатели или соседи. Овие неформални стратегии за управување со ризикот делумно можат да ги избалансираат финансиските шокови со последица на луѓе кои остануваат во сиромаштија или се лизгаат во неа (Townsend, 1994; Murdoch, 1993). Со помош на осигурување, овие ризици можат ефикасно да се пренесат и трансформираат (Townsend, 1983). Ниската побарувачка за микроосигурување е поврзана со неподготвеноста на комерцијалните осигурителни компании да влезат во овој сегмент од пазарот. Постојат различни бариери и предизвици за осигурување, но најчестите причини што ги соопштуваат неосигурените лица и менаџерите на осигурителни компании се :

- Недостиг на знаење за придобивките кои ги нуди осигурувањето,
- Недостиг на знаење за тоа како осигурувањето функционира, кои производи се достапни, како и каде да се добие осигурување,
- Недоверба во осигурителните компании,
- Постојана сиромаштија и несоодветни механизми за справување,
- Низок степен на образование и свест,
- Достапност на соодветни производи за целниот пазар. За да може да функционира микроосигурување, луѓето прво треба да бидат свесни за тоа какви се нивните опции, а второ да разберат која опција е најсоодветна за нивните ризици, потреби и буџет,
- Постојат ограничени и неефективни канали за дистрибуција. Огромна е потребата за нови и иновативни начини на доставување на производот до целниот пазар, а со тоа и зголемување на довербата на потрошувачите.

3.5. Стратегиски аспекти и развој на микроосигурувањето

Во Македонија се проценува дека 123.946 луѓе живеат со дневни приходи од 1.90\$ и 111.551 луѓе со дневни приходи од 3.20\$ во 2013. Ова е потенцијална цел за разни комерцијално одржливи производи за микроосигурување. Од друга страна, пак, стапката на сиромаштија е 21.9 % или 454.140 луѓе живеат под нивото на сиромаштијата во 2016 година.

Микроосигурувањето е непознат концепт во Македонија, но бројките укажуваат дека постои голема потреба и можност за имплементација. Инвестирањето во финансиското образование е неопходно за успехот на микроосигурување. Зголемувањето на финансиското образование и помагањето да се изгради култура на осигурување поттикнува поволна средина за сите вклучени страни . Затоа, се препорачува образовните програми да се спроведуваат во соработка со Владата, како и со меѓународни организации, трговски здруженија и рурални организации.

3.5.1. Анализа и апликација на најдобрите практики – бенчмаркинг

Менаџерските цели не можат да се реализираат без транспарентно мерење на перформансите (Wipf & Garand, 2008). Мерењето на перформансите и бенчмаркингот се важен елемент во системот на менаџмент во осигурителната индустрија, вклучително и во сегментот на микроосигурувањето. Анализата за пренос на податоци (Data Envelopment Analysis - DEA) може да служи како алатка за оценување на перформансите на програмите за микроосигурување како дополнување на традиционалната анализа на финансиските извештаи, бидејќи тие ги сумираат перформансите во единствена статистика која ги контролира разликите помеѓу фирмите (Cummins & Weiss, 2000). Методите за мерење на ефикасност се широко прифатени за бенчмаркинг во осигурителната индустрија како што се програмите за микроосигурување, бидејќи, за разлика од многу други индустрии, производната функција за овие институции е непозната. Емпириските наоди покажуваат значителен потенцијал за подобрување за многу од овие програми и ја илустрираат разновидноста на програмите за микроосигурување во однос на перформансите, со што се нагласува релевантноста на бенчмаркингот во идентификувањето на "најдобрите практики". Biener и Eling (2009) спроведоа истражување каде ја споредуваат ефикасноста на микроосигурителните индустрии во Азија, Африка и Латинска Америка. Микроосигурителите од Африка и Латинска Америка се најефикасни во поглед на трошоците, додека Азискиот микроосигурителен пазар значително заостанува. Африка

и Азија покажуваат силни перформанси во користењето на state-of-the-art производствена технологија (односно, техничка ефикасност); Латинска Америка е значително помалку успешна во постигнување на ефикасност во производството, но доминира алокативната ефикасност. Резултатите се особено интересни на макро ниво, бидејќи пазарите за микроосигурување во Африка обично се сметаат за најмалку опфатени во светот. Во Азија, од друга страна, овие пазари доживеаја силен и постојан развој во последниве години. Ова се должи барем делумно на владиното регулирање на пазарите за осигурување чија цел е зголемување на дистрибуција на производите, особено во руралните средини, на пример, Индија.

Заклучок

Овој труд ја проширува постоечката литература и има приоритетна цел да генерира базични и првични наоди за потенцијалот и можностите од имплементацијата на моделот на микроосигурувањето во Република Македонија и ги анализира теоретските и емпириските студии кои помагаат да се добие концептуален увид за микроосигурувањето во целина. Целниот пазар на микроосигурување се 24,2% (2013) од вкупното население во Република Македонија кое живее под границите на сиромаштијата од кои 5,4% живеат со дневни приходи од 3,20\$ и 6% располагаат со приходи од 1,90\$ дневно. Во таа смисла, потенцијалот на микроосигурувањето е конвергентен со потребата од перманентно и конзистентно зголемување на осигурителната култура и опфатот на населението и малите и средни бизниси во системот на формалното и пазарно осигурување, надградувајќи се на платформата која во таа насока ја има воспоставено АСО и осигурителните компании. Конкретно, зголемувањето на осигурителната понуда мора да биде базирано на квалитативно зголемување и диверзифицирање на осигурителната побарувачка како клучна детерминанта за развој на осигурителната индустрија во државата.

Со помош на SWOT анализата како алатка за градење на долгорочна визија за производот и стратегијата, утврдена е позитивна клима и базична корелација нужна за имплементација на микроосигурувањето во Република Македонија. Со оглед на фактот дека во поголем број на студии доминира развојната економија, социолошките и бихејвиористичките пристапи во голема мера не се присутни во тековните истражувања. Ова отсуство го носи ризикот да се пропушти важноста на социолошко-културолошкиот контекст во начинот на кој се исползува влијанието на микроосигурувањето. Моделот на културните димензии на Hofstede се покажа како корисен инструмент за разбирање на разликите во однесувањето на потрошувачите во различните културолошки окружувања. Преку обезбедување на чувството на сигурност, микроосигурувањето може да биде моќна алатка за развој и ублажување на земјоделските ризици, како што се сушите и поплавите, а воедно и да го олесни пристапот до широк спектар на финансиски услуги преку кои земјоделците ќе зголемат својата продуктивност, на пример. Дополнително, истото како модел може да најде примена и во осигурувањето на имотот и ниските форми на здравствено осигурување.

Како најголеми предизвици за македонските осигурителните компании се сметаат процесот на информирање на целните потрошувачи за придобивките кои ги нуди микроосигурувањето, поддигање на свеста меѓу сиромашното население за важноста на микроосигурувањето, зголемената потреба за изнаоѓање на иновативни решенија околу технологијата со цел подобрување на ефикасноста на каналите на дистрибуција и креирање на едноставни и лесно разбирливи процедури и полиси. Инвестирањето во финансиското образование е неопходно за успехот на микроосигурувањето во Република Македонија бидејќи истото помага да се изгради култура на осигурување која е поволна за сите вклучени страни. Се препорачува образовните програми да се спроведуваат во соработка со Владата, меѓународните организации и трговските здруженија. Осигурителните компании треба да бидат охрабрени и поттикнати да влезат на пазарот на микроосигурување во Република Македонија.

Конечно, прифаќањето на овој модел нужно треба да подразбере ефикасен и ефективен модел на управување со ризиците преку соодветна диверзификација на ризичните портфолија и особено да го истакне управувањето со оперативните ризици на осигурителните компании, како и да ја постави соодветната едукација и етички норми за интермедијарите. Сепак, апликацијата на микроосигурувањето може да претставува пазарно ефикасен модел за проширување на базата на осигуреници во незадолжителните класи на осигурување, зголемување на активноста на осигурителните компании, нивото на вработеноста и раст и развој на осигурителната индустрија во Република Македонија.

Литература

1. Abdelhameed A.A. (2009), "*Micro Loans Management: Mechanism, Objectives & Challenges*. *Arab Management Magazine* 29", pp.159-182.
2. Abdullah AJ., Eid A., Mousa Q. (2004) *Small Project Management*. "Dar Alyazouri for Publishing & Distribution, Amman pp. 46-47
3. Abouzaid C. (2012) "*Challenges & Opportunities of Micro-Takaful & Micro-Insurance in Africa*. *39th AIO Conference, Khartoum*" pp. 6-9.
4. Accenture (2012), "*Succeeding at microinsurance through differentiation, innovation and partnership*".
5. Adam Smith (1776), "*An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*" Volume 1.
6. Allen, Overy, Virginia Tan (2012), "*Microinsurance*", *Advocates for International Development*.
7. Andinet Woldemichael & Abebe Shimeles, (July 2015), "*Measuring the Impact of Micro-Health Insurance on Healthcare Utilization: A Bayesian Potential Outcomes Approach*", Working Paper Series, No 225.
8. Apostolakis George, Dijk Gert van, Drakos Periklis D., (2015), "*Microinsurance performance – A systematic narrative literature review*", *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, Vol. 15, No.1, pp. 1-36.
9. Beck, T. and Webb, I. (2002) "*Economic, demographic, and institutional determinants of life insurance consumption across countries*", *The World Bank Economic Review*, 17(1), pp. 51–88.
10. Berger, A. N., J. D. Cummins, M. A. Weiss, & H. Zi (2000), "*Conglomeration Versus Strategic Focus: Evidence from the Insurance Industry*", *Journal of Financial Intermediation*, 9(4) pp.323-362.
11. Blanchard-Horan (2007), "*Health microinsurance in Uganda: Affecting malaria treatment seeking behavior*", *International Journal of Public Administration*, 30(8/9), pp.765–789.
12. Browne, Mark J. and Kim, Kihong (1993), "*An international analysis of life insurance demand*", *Journal of Risk and Insurance*, 60: pp.616–634.
13. Celik S, Kayali MM (2009). "*Determinants of demand for life insurance in European countries*". *Problems and Perspectives in Management* 7.
14. CGAP Working Group on Microinsurance (October 2003), "*Preliminary Donor Guidelines for Supporting Microinsurance*".
15. Christian Biener & Martin Eling (2009) „*The Performance of Microinsurance Programs: A Data Envelopment Analysis*".
16. Christian Biener, Martin Eling, Joan T. Schmit, (January 2013) "*Regulation in Microinsurance Markets: Principles, Practice, and Directions for Future Development*".
17. Churchill, C. (2006) "*Protecting the poor: A micro-insurance compendium*", Geneva: International Labour Office, pp.12-22.

18. CIA (2018), *Unemployment rate, GDP*, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mk.html> (превземено 02.08.2018)
19. Coate, S. & M. Ravallion (1993), “*Reciprocity without commitment: Characterization and performance of informal insurance arrangements*”, *Journal of Development Economics*, 40(1), pp. 1–13.
20. DeNavas-Walt, C., Proctor, B. D., & Smith, J. C. (2011), “*Income, poverty, and health insurance coverage in the United States: 2010*”, (Current Population Reports, P60-298). Washington, DC: US Census Bureau.
21. Dror, David M. and Christian Jacquier (1999), “*Micro-Insurance – Extending Health Insurance to the Excluded, International Social Security Review*“.
22. Forbes David J., (2012), “*Healthcare provision in rural India: does micro health insurance help or hinder?*”, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 25, No. 3, pp. 216–225.
23. G. Bacon, S. Beckman, D. Mowery and E. Wilson (spring 1994), “*Managing Product Definition in High-Technology Industries: A Pilot Study*”, *California Management Review* 36, pp.32–56.
24. G. Hofstede (1983), “*The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories*”, *Journal of International Business Studies*, 14, pp.75-89.
25. Gertler, P., & Gruber, J. (2002), “*Insuring consumption against illness, American Economic Review*”.
26. Hofstede, G. (2001), “*Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*”, Second Edition, Thousand Oaks CA: Sage Publications.
27. Holzmann R., Jorgensen S. (2001), “*Social Risk Management a new conceptual framework for social protection, and beyond, International Tax and Public Finance*”, Vol. 8, No. 4, pp. 529-556.
28. Holzmann, R., Sherburne-Benz, L and Tesliuc, E. (2003), “*Social Risk Management The World Bank’s Approach to Social Protection in a Globalizing World*”, Washington, DC: Social Protection Division, The World Bank.
29. Hwang, T., & Gao, S. (2003). “*The determinants of the demand for life insurance in an emerging economy – The case of China*”. *Journal of Managerial Finance*, 29.
30. IAIS & CGAP Working Group on microinsurance (June 2007), “*Issues in regulation and supervision of microinsurance*”.
31. ILO and Munich Re Foundation (2006), “*Protecting the Poor: A microinsurance compendium*”, Vol. II.
32. ILO/STEP-GTZ (May 2006), “*The role of microinsurance as a tool to face risks in the context of social protection*“, Version 1.
33. Insurance Commission (1974), “*Insurance Code of 1974*“ .
34. J. Henkel and E. von Hippel (January 2005), “*Welfare Implications of User Innovation*”, *Journal of Technology Transfer* 30, pp.73–87.
35. Jackie Range (2018), “*India’s poor get healthcare in a card*”, *Wall Street Journal*.

36. James C. Brau, Craig Merrill & Kim B. Staking (2011), *“Insurance theory and challenges facing the development of microinsurance markets”*.
37. James Roth, Craig Churchill, Gabriele Ramm & Namerta (September 2005), *“Microinsurance and Microfinance Institutions Evidence from India”*, CGAP Working Group on Microinsurance, Good and Bad Practices Case Study No. 15.
38. Jim Roth, Dominic Liber, Michael J. McCord (April 2007) *“The landscape of microinsurance in the world’s 100 poorest countries”*.
39. Jordan Kjosovski (2012), *“The Determinants of Life Insurance Demand In Central and Southeastern Europe”*.
40. Li., Donghui, Moshirian, F., Nguyen, P., & Wee, T. (2007). *“The Demand for Life Insurance in OECD”*. The Journal of Risk and Insurance 74, pp. 637 - 652.
41. Lloyd’s 360° Risk Insight (2009), *“Insurance in developing countries: Exploring opportunities in microinsurance”*.
42. Loayza, N., Olaberria, E., Rigolini, J., & Christiaensen, L. (2012), *“Natural disasters and growth: Going beyond the average”*.
43. Lusardi A., & Mitchell O.S. (2008), *“Planning and Financial Literacy: How Do Women Fare?”*.
44. M. Browne & K. Kim (1993), *“An International Analysis of Life Insurance Demand”*, Journal of Risk and Insurance, 60, pp.616-634.
45. M.E. Adams, G.S. Day & D. Dougherty (September 1998), *“Enhancing New Product Development Performance: An Organizational Learning Perspective”*, Journal of Product Innovation Management 15, pp.403–422.
46. Maleika M., & Kuriakose A.T. (2008), *“Microinsurance: Extending pro-poor risk management through the social fund platform”*, The World Bank, 5(2), pp.45-54.
47. Marlier, Eric (2007), *“The EU and social inclusion: Facing the challenges”*, The policy press pp.46-53, ISBN 1-86134-884-3.
48. Microinsurance Network (2011), *“Commercial insurers in microinsurance”*.
49. Microinsurance Network (2012), *“Donors and microinsurance”*.
50. NAIC (2017), *“Microinsurance”*, Washington, DC: The center for Insurance Policy and Research.
51. National Government of India (2013), <https://www.india.gov.in/spotlight/rashtriya-swasthya-bima-yojana#rsby4> (превземено 24.07.2018).
52. National treasury : Republic of South Africa (April 2008), *“The future of micro-insurance regulation in South Africa”*.
53. Neumann S (1969) *“Inflation and Saving through Life Insurance”*, The Journal of Risk and Insurance ,36, pp.567-582.
54. Outreville, J. F. (1996), *“Life insurance markets in developing countries”*, The Journal of Risk and Insurance, 63: pp. 263–278.

55. Parag Shil (January 2013), “*Distribution channels for micro-insurance products in India*“, International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research Vol.2, No. 1, ISSN 2277- 3622.
56. Pierro Rachele (2008), “*Micro-insurance & DRR: challenges and opportunities in the context of climate change*”.
57. R.K. Teas (January 1994), “*Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment*”, Journal of Marketing, pp. 132–139.
58. Ransona M. Kent, Sinha Tara, Chatterjeeb Mirai, Acharya Akash, Bhavsar Ami, Morris Saul S., & Mills Anne J. (2006), “*Making health insurance work for the poor: Learning from the Self-Employed Women’s Association’s (SEWA) community-based health insurance scheme in India*”, Social Science & Medicine, Volume 62, No. 3, pp. 707–720.
59. SCBF (June 2015), „*Feasibility Study for Property Microinsurance: Exploring the Market Opportunity for Housing and Property Insurance in Kenya*“.
60. Schmidt, J.O., Schramm, B., Hohmann, J., Holst, J., Jowett, M., Ramm, G., Siegert, N. (2006), “*Linking up social protection systems in developing countries: overview of some experiences and approaches*”, Eschborn: GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit).
61. Showers, W. E. & Shotick, J. A. (1994), “*The effects of household characteristics on demand for insurance: A Tobit analysis*”, Journal of Risk and Insurance, 61, 3, pp.492-502.
62. Siegel, P. B., Alwang, J., & Canagarajah, S. (2001), “*Viewing Microinsurance as a Social Risk Management Instrument*”, Social Protection Discussion Paper No.0116. Washington D.C., World Bank.
63. Simona Laura Dragos,(2014), “*Life and non-life insurance demand: the different effects of influence factors in emerging countries from Europe and Asia*”.
64. Stango & Zinman (2006), “*Exponential Growth Bias and Household Finance*”.
65. Statista (2018), Insurance penetration in selected emerging countries, <https://www.statista.com/statistics/276068/insurance-penetration-in-selected-emerging-countries-worldwide/> (превземено 19.08.2018).
66. Statista (2018), Unemployment rate in Macedonia, <https://www.statista.com/statistics/510247/unemployment-rate-in-macedonia/> (превземено 07.06.2018).
67. Stonestep GmbH for FINCA International Holdings and the Swiss Capacity-Building Facility (October 2014), “*Feasibility Study and Business Case for Micro-Insurance in Tanzania*”, Version 2.
68. Sunil Bhat and Premasis Mukherjee (June 2014), “*Government Subsidy in Microinsurance: A Necessary Trend?*”.
69. Swiss Re, “*Microinsurance – risk protection for 4 billion people*”, Sigma study No 6/2010.
70. Thérèse Sandmark, Jean-Christophe Debar, & Clémence Tatin-Jaleran (2013), „*The Emergence and Development of Agriculture Microinsurance*“.
71. Townsend, Robert (1994) “*Risk and Insurance in Village India*”, Econometrica, Vol. 62, pp.539-591.

72. Treerattanapun, Aranee (2011), *"The Impact of Culture on Non-Life Insurance Consumption"*, Wharton Research Scholars 78.
73. Truett, D. B. & Truett, L. J. (1990) *"The Demand for Life Insurance in Mexico and the United States: A Comparative Study"*, Journal of Risk and Insurance, 57, 2, pp.321-328.
74. Tucker, P (2007), *"Microinsurance for megadisasters"*, Futurist, 41(3), pp.16–17.
75. V. Zelizer (1979), *"Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States"*, New York: Columbia University Press.
76. Wipf, J., and D. Garand (2008), *"Performance Indicators for Microinsurance: A Handbook for Microinsurance Practitioners"*, Luxembourg: Appui au Développement Autonome (ADA).
77. World bank (2017), *"Recent Economic developments in FYR of Macedonia"*, <http://www.worldbank.org/en/country/macedonia/overview#3> (превземено 07.06.2018).
78. World bank (2018), *Poverty headcount ratio at \$3.20 a day (2011 PPP) (% of population)*.
79. World bank (2018), *Gini coefficient definition*, [http://databank.worldbank.org/data/Views/Metadata/MetadataWidget.aspx?Name=GINI%20index%20\(World%20Bank%20estimate\)&Code=SI.POV.GINI&Type=S&ReqType=Metadate&ddlSelectedValue=SAU&ReportID=43276&ReportType=Table](http://databank.worldbank.org/data/Views/Metadata/MetadataWidget.aspx?Name=GINI%20index%20(World%20Bank%20estimate)&Code=SI.POV.GINI&Type=S&ReqType=Metadate&ddlSelectedValue=SAU&ReportID=43276&ReportType=Table) (превземено 02.08.2018).
80. World bank (2018), *Inflation rates, Macedonia FYR*.
81. World bank (2018), *Poverty headcount ratio at \$1.90 a day (2011 PPP)(% of population)*.
82. World bank (2018), *Real interest rates, Macedonia FYR*.
83. Државен завод за статистика (2002), *"Понис 2002"*, книга 10, стр.335.
84. Државен завод за статистика на Република Македонија (2018), *GINI коефициент*.
85. Државен завод за статистика на Република Македонија (2018), *Лаекен индикатор за стапка на сиромаштија*.
86. Државен завод за статистика на Република Македонија (2018), *Население во Република Македонија*.
87. Државен завод за статистика на Република Македонија (2018), *Стапка на морталитет*.
88. Државен завод за статистика на Република Македонија (2018), *Стапка на наталитет*.
89. Државен завод за статистика на Република Македонија, Макстат, *"Живородени деца, умрени лица и миграции во градските и во селските подрачја, по региони, во 2016 година"*, 27.06.2017, број 2.1.17.26.
90. Таки Фити, (2004), *"Основи на Микроекономијата"*, стр. 157.

Прилог 1. Прашалник адаптиран согласно Value Survey Module 94, Hofstede (1994)

Прашањата се одговараат на скала од 1 до 5.

01. Колку е важно за Вас да имате доволно време за да поминете со семејството ?

1 2 3 4 5

02. Колку се за Вас важни физичките услови при работа како добра вентилација, осветлување, соодветен работен простор ?

1 2 3 4 5

03. Дали сметате дека натпреварувањето меѓу вработените е добра или лоша работа ?

1 2 3 4 5

04. Дали е важно за Вас да имате соодветна сигурност при вработување како заштита од неоправдано отпуштање ? ‘

1 2 3 4 5

05. Колку е важно за Вас да работите со луѓе кои добро соработуваат еден со друг ?

1 2 3 4 5

06. Колку е важно штедењето според Вас?

1 2 3 4 5

07. Колку е важно за Вас да имате можност за унапредување на повисоки работни позиции?

1 2 3 4 5

08. Колку е важно за Вас да имате предизвикувачка и динамична работа?

1 2 3 4 5

09. Колку е важна традицијата за Вас?

1 2 3 4 5

10. Дали некој може да биде добар менаџер доколку нема прецизни одговори на повеќето прашања кои вработените му ги поставуваат во врска со нивната работа ?

1 2 3 4 5

11. Колку им верувате на луѓето ?

1 2 3 4 5

12. Дали сметате дека никогаш не треба да ги прекршите правилата поставени од страна на компанијата, дури и ако во право ?

1 2 3 4 5

13. Колку често сте под стрес при работа ?

1 2 3 4 5

14. Дали сметате дека луѓето се виновни што се неуспешни ?

1 2 3 4 5

Прашања за идентификација на испитаникот. Заокружи.

15. Пол.

- Машки
- Женски

16. Возраст.

- Над 66
- 62-66
- 55-61
- 48-54
- 41-47
- 34-40
- 27-33
- 20-26
- Под 20

17. Дневни приходи.

- Немам никакви приходи
- Под 50 денари
- 50 - 100 денари
- 101- 300 денари
- Над 300 денари
- Незнам / не сакам да дадам одговор.

18. Националност.

- Македонец
- Албанец
- Турчин
- Ром
- Друго