АГЕНЦИЈА ЗА СУПЕРВИЗИЈА НА ОСИГУРУВАЊЕ

ИСТРАЖУВАЧКИ ТРУД

Тема: „ФИНАНСИСКАТА ПИСМЕНОСТ КАЈ ГЕНЕРАЦИЈА Z И НЕЈЗИНОТО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ ОДЛУКИТЕ ЗА ОСИГУРУВАЊЕ“

Автор:

Сара Цветановска

Септември, 2026 година

СОДРЖИНА

АПСТРАКТ 5

ВОВЕД 6

Проблем на истражувањето 6

Цел и задачи на истражувањето 7

Хипотези на истражувањето 7

Методологија накратко 8

Структура на трудот 8

ГЛАВА 1. ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ 9

1.1. Поим и дефиниција на финансиската писменост 9

1.2. Димензии и компоненти на финансиската писменост 10

1.3. Мерење на финансиската писменост 10

1.4. Значење на финансиската писменост за финансиското одлучување 11

1.5. Финансиска писменост и финансиска едукација во Република Северна Македонија 11

ГЛАВА 2. ГЕНЕРАЦИЈА Z 12

2.1. Поим и демографски карактеристики на Генерацијата Z 12

2.2. Однесувачки карактеристики и вредности 12

2.3. Финансиска писменост и финансиско однесување кај Генерацијата Z 13

2.4. Предизвици при финансиското одлучување кај Генерацијата Z 14

2.5. Генерацијата Z во контекст на Република Северна Македонија 14

ГЛАВА 3. ОСИГУРУВАЊЕ, УПРАВУВАЊЕ СО РИЗИК И ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ 15

3.1. Поим, функции и значење на осигурувањето 15

3.2. Управување со ризик – основни техники 15

3.3. Осигурителна писменост како посебна димензија на финансиската писменост . 16

3.4. Перцепција на ризик и однесувачки бариери кај младите 16
3.5. Финансиска писменост и одлуки за осигурување кај Генерацијата Z 17
3.6. Пазарот на осигурување во Република Северна Македонија 18
3.7. Синтеза на теоретската рамка 19
ГЛАВА 4. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО 19
4.1. Цел и предмет на истражувањето 19
4.2. Истражувачки прашања и хипотези 19
4.3. Метод на истражување 20
4.4. Инструмент за собирање податоци 20
4.5. Популација и примерок 21
4.6. Начин на спроведување на истражувањето 21
4.7. Метод на анализа на податоците 22
4.8. Ограничувања на методологијата 22
ГЛАВА 5. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО 22
5.1. Демографски карактеристики на примерокот 22
5.2. Ниво на финансиска писменост 23
5.3. Извори на финансиски информации 24
5.4. Осигурителна писменост и осигурителни навики 25
5.5. Заклучоци поврзани со хипотезите 26
X2: Финансиска писменост и број на поседувани осигурителни производи ... 26
X3: Поврзаност меѓу финансиската писменост и осигурителната писменост 27
X4: Осигурителна писменост и склоност кон одложување 27
X5: Приход и подготвеност за доброволно осигурување 27
X1 (главна хипотеза): Финансиската писменост и одлуките за осигурување . 28
5.6. Резиме на хипотезите 28
5.7. Дополнителни податоци 28
ГЛАВА 6. ЗАКЛУЧОК 29

ГЛАВА 7. ПРЕПОРАКИ 31

ГЛАВА 8. ОГРАНИЧУВАЊА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО И НАСОКИ ЗА ИДНИ ИСТРАЖУВАЊА 32

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА 33

Меѓународни академски трудови и извештаи 33

Домашни (македонски) извори 34

ПРИЛОГ 1: Анкетен прашалник 35

АПСТРАКТ

Финансиската писменост денес претставува основна претпоставка за рационално и информирано финансиско однесување, особено во областа на осигурувањето, каде поединецот самостојно треба да ја процени сопствената изложеност на ризик. Овој труд ја испитува финансиската писменост кај припадниците на Генерацијата Z во Република Северна Македонија и нејзиното влијание врз нивните одлуки за осигурување.

Целта на истражувањето е да се утврди во колкава мера нивото на финансиска писменост влијае врз информираните одлуки за осигурување кај младата популација, преку тестирање на главна и четири споредни хипотези. За таа цел е применет квантитативен метод - анкетно истражување преку структуриран прашалник, кој вклучува прашања за финансиска писменост, осигурителна писменост и однесување поврзано со осигурувањето, при што за мерење на основни компоненти на финансиската писменост се користени прашања инспирирани од концептот „Big Three" прашања на Лусарди и Мичел, спроведено врз пригоден примерок од 83 испитаници на возраст од 18 до 27 години.

Резултатите покажуваат дека испитаниците поседуваат умерено ниво на финансиска писменост (1,63 од максимални 3 поени), придружено со забележлива пренагласена самодоверба во сопственото знаење. Финансиската писменост е значително поврзана со осигурителната писменост и со помала склоност кон одложување на купувањето осигурување, но не покажува јасна поврзаност со бројот на реално поседувани осигурителни производи. Овие наоди се согласуваат и со состојбата на македонскиот осигурителен пазар, кој сè уште е доминиран од законски задолжителните видови осигурување, додека доброволните производи остануваат скромно застапени.

Трудот заклучува дека финансиската писменост влијае првенствено врз разбирањето на осигурувањето и однесувањето при одлучување, а помалку врз конкретниот број купени полиси, и предлага практични препораки за унапредување на финансиската и осигурителната едукација кај младата популација во Република Северна Македонија.

ВОВЕД

Финансиските пазари во последните децении станаа значително покомплексни, а истовремено одговорноста за донесување финансиски одлуки сè повеќе се пренесува од институциите кон самиот поединец. Ова особено важи за областа на осигурувањето, каде поединецот самостојно треба да ја процени сопствената изложеност на ризик и да одлучи дали и во кој обем ќе се заштити преку осигурување. Во такви услови, финансиската писменост престанува да биде корисна дополнителна вештина и станува основна претпоставка за рационално и информирано финансиско однесување.

Оваа проблематика е особено значајна кога станува збор за Генерацијата Z, која всушност е првата генерација која пораснала целосно во дигитално опкружување и која во моментов активно влегува во економскиот живот, преку студирање, прво вработување или формирање самостојно домаќинство. Иако оваа генерација има непосреден пристап до огромно количество финансиски информации преку интернетот и социјалните мрежи, истражувањата претставени во теоретскиот дел на овој труд покажуваат дека пристапот до информации сам по себе не значи и подобро финансиско знаење или посигурно финансиско однесување.

Дополнителна актуелност на темата произлегува и од состојбата на осигурителниот пазар во Република Северна Македонија, кој бележи постојан раст, но сепак останува доминиран од законски задолжителните видови осигурување, додека доброволните производи како што се животното и здравственото осигурување, остануваат релативно скромно застапени. Оваа диспропорција отвора прашање дали (и во колкава мера) недоволната финансиска и осигурителна писменост кај младата популација придонесува кон одложување или избегнување на доброволната осигурителна заштита.

Проблем на истражувањето

Проблемот на ова истражување произлегува од очигледниот јаз меѓу декларативната свест кај младите за важноста на осигурувањето, од една страна и нивното конкретно, реално однесување при одлучувањето за купување осигурување, од друга страна. Иако постојат бројни меѓународни истражувања кои ја поврзуваат финансиската писменост со финансиското однесување воопшто, релативно малку домашни истражувања конкретно ја испитуваат оваа врска во контекст на осигурителните одлуки кај

Генерацијата Z во Република Северна Македонија. Токму оваа празнина во домашната литература претставува непосредниот мотив за изработка на овој труд.

Цел и задачи на истражувањето

Основната цел на овој труд е да се утврди во колкава мера нивото на финансиска писменост кај припадниците на Генерацијата Z во Република Северна Македонија влијае врз нивните одлуки поврзани со осигурувањето.

За да се постигне оваа основна цел, се поставуваат следниве специфични задачи на истражувањето:

- Да се анализира теоретски поимот финансиска писменост, неговите димензии и начини на мерење;
- Да се опишат демографските и однесувачките карактеристики на Генерацијата Z, со посебен акцент на нејзиното финансиско однесување;
- Да се анализира поимот осигурување и управување со ризик, како и специфичниот конструкт осигурителна писменост;
- Да се испита емпириски, преку анкетно истражување, поврзаноста меѓу финансиската писменост, осигурителната писменост и конкретните осигурителни одлуки кај Генерацијата Z во Република Северна Македонија;
- Врз основа на добиените резултати, да се формулираат заклучоци и практични препораки за унапредување на финансиската и осигурителната писменост кај младата популација.

Хипотези на истражувањето

Врз основа на теоретската рамка и поставената цел, истражувањето тргнува од следната главна хипотеза: постои значајна позитивна врска меѓу нивото на финансиска писменост кај припадниците на Генерацијата Z и нивните информирани одлуки за осигурување (Х1). Оваа главна хипотеза е операционализирана преку четири споредни хипотези (Х2-Х5), кои детално се образложени во делот посветен на методологијата на истражувањето (Поглавје 4.2).

Методологија накратко

За потребите на емпириските дел на трудот е применет квантитативен метод на истражување, односно анкетно истражување спроведено преку структуриран прашалник дистрибуиран онлајн до припадници на Генерацијата Z (18-27 години) во Република Северна Македонија. Целосниот опис на примерокот, инструментот и методите на анализа е даден во Поглавје 4.

Структура на трудот

Трудот е структуриран во осум глави. Првите три глави го сочинуваат теоретскиот дел: Поглавје 1 ја разработува финансиската писменост како концепт, нејзините димензии и мерење; Поглавје 2 ја анализира Генерацијата Z од демографски и однесувачки аспект, со посебен фокус на нејзиното финансиско однесување; Поглавје 3 се однесува на осигурувањето, управувањето со ризик и специфичниот конструкт на осигурителна писменост, вклучувајќи го и преглед на состојбата на осигурителниот пазар во Република Северна Македонија.

Поглавје 4 ја претставува методологијата на емпирското истражување, вклучувајќи ги хипотезите, инструментот, примерокот и методите на анализа. Поглавје 5 ги презентира резултатите од анкетното истражување и резултатите од тестирањето на поставените хипотези. На крајот, трудот завршува со Поглавје 6 (заклучок кој ги синтетизира податоците во однос на теоретската рамка), Поглавје 7 (практични препораки) и Поглавје 8 (ограничувања на истражувањето и насоки за идни истражувања), проследени со листа на користена литература.

ГЛАВА 1. ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ

1.1. Поим и дефиниција на финансиската писменост

Финансиската писменост во последните две децении претставува една од најзначајните теми во економската наука и во политиките на финансиските регулатори ширум светот. Зголемената комплексност на финансиските производи, забрзаната дигитализација на банкарските и осигурителните услуги, како и сè поголемата индивидуална одговорност за управување со личните финансии, придонесоа финансиската писменост да стане неопходна животна вештина. Во современи услови, поединците самостојно носат одлуки поврзани со штедењето, задолжувањето, инвестирањето, пензиското планирање и заштитата од ризици, што ја нагласува важноста од поседување соодветно финансиско знаење.

Во научната и стручната литература постојат повеќе дефиниции за финансиската писменост, кои во голема мера се надополнуваат. Организацијата за економска соработка и развој (OECD) ја дефинира финансиската писменост како комбинација од свесност, знаење, вештини, ставови и однесување потребни за донесување информирани финансиски одлуки и постигнување финансиска благосостојба.

Во широко прифатената дефиниција на OECD/INFE, финансиската писменост претставува знаење и разбирање на финансиските концепти и ризици, како и вештини, мотивација и самодоверба за примена на тоа знаење при донесување ефективни финансиски одлуки со цел подобрување на финансиската благосостојба на поединецот и општеството.

Во академската литература, Лусарди и Мичел финансиската писменост ја дефинираат како способност за разбирање и примена на основните финансиски концепти, како што се каматните стапки, инфлацијата, штедењето и диверзификацијата на ризикот. Нивниот пристап има особено значење бидејќи овозможува финансиската писменост да се мери преку конкретни прашања и индикатори, наместо само преку субјективна процена.

Според Хјустон (наведено во Czech et al., 2024), финансиската писменост претставува комбинација од знаење за личните финансии и способност тоа знаење успешно да се примени во практиката. Иако дефинициите се разликуваат во одредени аспекти, сите

укажуваат дека финансиската писменост ги опфаќа знаењето, вештините и однесувањето неопходни за рационално управување со личните финансии.

Во рамките на овој труд, финансиската писменост се разгледува како комбинација од финансиско знаење, вештини, ставови и однесувања кои влијаат врз донесувањето рационални финансиски одлуки, со посебен акцент на одлуките поврзани со осигурувањето кај припадниците на Генерацијата Z.

1.2. Димензии и компоненти на финансиската писменост

Финансиската писменост претставува повеќедимензионален концепт кој не се сведува само на познавање на финансиските поими. Според рамката на OECD PISA (OECD, 2013), таа опфаќа четири основни подрачја: пари и трансакции, планирање и управување со финансии, ризик и награда и финансиски пејзаж.

Подрачјето „пари и трансакции“ се однесува на секојдневното користење на парите и платежните инструменти. „Планирање и управување со финансии“ опфаќа буџетирање, штедење и управување со приходите и расходите. Подрачјето „ризик и награда“ е особено важно за овој труд бидејќи се однесува на разбирањето на финансиските ризици, диверзификацијата и улогата на осигурувањето како инструмент за финансиска заштита. Последното подрачје, „финансиски пејзаж“, го опфаќа познавањето на финансиските институции, регулативата и правата на потрошувачите.

Во литературата финансиската писменост најчесто се анализира и преку две меѓусебно поврзани димензии: когнитивна и бихејвиорална. Когнитивната димензија се однесува на финансиското знаење и разбирање, додека бихејвиоралната ги опфаќа ставовите, мотивацијата, самодовербата и реалното финансиско однесување. Истражувањата покажуваат дека финансиското знаење само по себе не е доволно доколку не се претвори во соодветно финансиско однесување.

1.3. Мерење на финансиската писменост

Во меѓународната практика, финансиската писменост најчесто се мери преку т.н. „Big Three“ прашања, развиени од Лусарди и Мичел. Тие ја проценуваат способноста на испитаниците да ги разберат концептите на сложена камата, инфлација и диверзификација на ризикот.

Овие прашања се широко применувани во национални и меѓународни истражувања поради нивната едноставност, споредливост и способност да обезбедат сигурна процена на основното финансиско знаење.

Покрај тоа, OECD ја вклучи финансиската писменост во рамките на PISA програмата, додека OECD/INFE редовно спроведува истражувања за финансиската писменост кај возрасната популација, овозможувајќи споредба на резултатите меѓу различни држави.

1.4. Значење на финансиската писменост за финансиското одлучување

Бројни истражувања покажуваат дека повисокото ниво на финансиска писменост е поврзано со подобро финансиско однесување, поголема склоност кон штедење, подобро управување со личниот буџет и поквалитетно долгорочно финансиско планирање.

Од друга страна, ниското ниво на финансиска писменост може да доведе до несоодветно задолжување, прекумерна потрошувачка, недоволно штедење и донесување финансиски одлуки кои негативно влијаат врз финансиската сигурност на поединецот.

Финансиската писменост има значајна улога и во областа на осигурувањето. Лицата со повисоко ниво на финансиско знаење полесно ги разбираат принципите на управување со ризик, подобро ја согледуваат вредноста на осигурувањето и почесто избираат осигурителни производи што одговараат на нивните потреби. Оттука, финансиската писменост претставува важен фактор во процесот на донесување информирани одлуки за осигурување.

1.5. Финансиска писменост и финансиска едукација во Република Северна Македонија

Во Република Северна Македонија, финансиската едукација претставува една од приоритетните области во активностите на Народната банка. Од 2012 година, Народната банка реализира бројни програми насочени кон ученици, студенти и поширокаата јавност, преку организирање предавања, работилници и подготовка на едукативни материјали од областа на личните финансии.

Овие активности имаат за цел да го подобрат разбирањето на основните финансиски концепти, функционирањето на финансиските институции, значењето на штедењето,

задолжувањето и користењето на финансиските производи, како и да придонесат кон поголема заштита на корисниците на финансиски услуги.

Покрај Народната банка, финансиската едукација е поддржана и преку активности на Министерството за финансии, Комисијата за хартии од вредност, Агенцијата за супервизија на осигурување и други институции, кои заеднички работат на спроведување на Националната стратегија за финансиска едукација и финансиска инклузија.

И покрај институционалните напори, истражувањата покажуваат дека младата популација сè уште поседува ограничено ниво на финансиска писменост, што ја нагласува потребата од понатамошно унапредување на финансиската едукација. Во услови на забрзана дигитализација и сè поголема понуда на финансиски производи и услуги, развојот на финансиската писменост претставува значаен предуслов за донесување информирани финансиски одлуки, вклучително и одлуките поврзани со осигурувањето.

ГЛАВА 2. ГЕНЕРАЦИЈА Z

2.1. Поим и демографски карактеристики на Генерацијата Z

Генерацијата Z ги опфаќа лицата родени приближно од средината на деведесеттите години на дваесеттиот век до почетокот на второто десетлетие на дваесет и првиот век. Оваа генерација се карактеризира со тоа што таа е првата генерација која израснала во целосно дигитално опкружување, во кое интернетот, паметните телефони и социјалните мрежи се присутни од најрана возраст.

Поради оваа карактеристика, Генерацијата Z често се нарекува „дигитално родена“ генерација, за разлика од претходните генерации, како што се Милениумците, кои дигиталните технологии ги усвојувале подоцна во текот на животот.

2.2. Однесувачки карактеристики и вредности

Економското и социјалното опкружување во кое пораснала Генерацијата Z има значително влијание врз нејзините навики, ставови и финансиски одлуки. Дигиталната трансформација и постојаната изложеност на социјалните мрежи придонесуваат за

промена на традиционалните модели на информирање и учење, вклучително и во областа на личните финансии.

Истражувањата покажуваат дека оваа генерација покажува изразена свесност за општествени и етички прашања при потрошувачката. На пример, истражување на First Insight укажува дека значителен дел од припадниците на Генерацијата Z претпочитаат брендови кои се посветени на одржливост, а голем дел од нив се подготвени да платат повисока цена за одржливи производи.

Овие карактеристики се релевантни и за финансискиот сектор, вклучително и за осигурителните компании, кои сè повеќе се соочуваат со потреба да комуницираат транспарентно и да нудат услуги усогласени со очекувањата и вредностите на помладите потрошувачи. Дополнително, Генерацијата Z очекува персонализирани и дигитално прилагодени искуства, што бара поголема употреба на податоци и дигитални канали во комуникацијата со клиентите.

2.3. Финансиска писменост и финансиско однесување кај Генерацијата Z

Иако Генерацијата Z расте во услови на постојана дигитална изложеност на финансиски содржини и апликации, истражувањата укажуваат дека нивото на финансиска писменост кај оваа група останува умерено и често недоволно за долгорочно финансиско планирање.

Одредени истражувања, вклучително и студии спроведени на универзитетско ниво, укажуваат дека Генерацијата Z во некои случаи покажува пониско ниво на финансиска писменост во споредба со постарите генерации, и покрај тоа што е дигитално најнапредна генерација. Овој наод укажува дека пристапот до информации не е доволен сам по себе, доколку не постои развиена способност за нивна критичка интерпретација и примена.

Посебно влијание има улогата на таканаречените „финфлуенсери“ – создавачи на финансиски содржини на социјалните мрежи. Дел од припадниците на Генерацијата Z се потпираат на вакви извори при донесување финансиски одлуки, особено во области како што се инвестирање, криптовалути и алтернативни форми на штедење.

Овој тренд укажува на промена во изворите на финансиско знаење, при што традиционалните институции делумно ја губат доминантната улога во финансиската едукација. Во ваков контекст, се наметнува потреба од развој на дигитална и критичка писменост како дел од поширокатa финансиска едукација.

Компаративните истражувања дополнително укажуваат дека финансиската писменост кај младите е под влијание на повеќе фактори, како што се приходите, образованието, полот и семејната финансиска позадина. Истражувања во различни земји потврдуваат постоење на позитивна врска меѓу финансиското знаење и финансиското однесување кај студентската популација.

2.4. Предизвици при финансиското одлучување кај Генерацијата Z

Недоволната финансиска писменост кај Генерацијата Z може да доведе до различни негативни финансиски последици, како што се недоволно планирање на долгорочни финансиски цели, импулсивно трошење и несоодветно управување со долгови.

Бидејќи оваа генерација активно учествува во економијата преку студирање, први вработувања и повремени работни ангажмани, прашањето на финансиската едукација станува сè поважно и од индивидуален и од општествен аспект.

Недоволното разбирање на финансиските концепти може да влијае и врз одлуките за осигурување, при што младите лица често не ги препознаваат придобивките од навремената осигурителна заштита или ја одложуваат одлуката за купување осигурителни производи поради недоволна информираност или ниска перцепција на ризик. Како резултат на тоа, дел од младата популација останува недоволно заштитена од потенцијални финансиски ризици.

2.5. Генерацијата Z во контекст на Република Северна Македонија

Во Република Северна Македонија, активностите за финансиска едукација кои ги спроведува Народната банка се во голема мера насочени кон младата популација, односно кон Генерацијата Z. Овие активности опфаќаат едукативни програми, предавања и материјали со цел зголемување на финансиската свест кај учениците и студентите.

Дополнително, институционалните иницијативи и јавните дискусии, вклучително и настани организирани од Министерството за финансии, укажуваат на зголемено значење на финансиската едукација кај младите и нејзината улога во современото финансиско опкружување.

Овие процеси создаваат основа за понатамошна анализа на тоа во која мера финансиската писменост влијае врз одлуките на Генерацијата Z во однос на осигурувањето, што ќе биде предмет на емпириският дел од ова истражување.

ГЛАВА 3. ОСИГУРУВАЊЕ, УПРАВУВАЊЕ СО РИЗИК И ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ

3.1. Поим, функции и значење на осигурувањето

Осигурувањето претставува финансиски механизам преку кој ризикот од настанување на неизвесен, но потенцијално штетен настан се пренесува од поединецот или компанијата врз осигурителното друштво, во замена за плаќање премија. Од економска гледна точка, осигурувањето овозможува распределба на ризикот врз голем број осигуреници, при што само мал дел од нив во даден период ќе претрпат штета, но сите заеднички ќе го сносат трошокот преку премиите. Покрај основната заштитна функција, осигурувањето има и штедна и инвестициска функција (особено кај животното осигурување), како и поширока економска и социјална улога која придонесува кон финансиска стабилност на домаќинствата и претпријатијата и кон развојот на финансиските пазари преку акумулирање и пласман на средства.

3.2. Управување со ризик – основни техники

Теоријата на управување со ризик разликува четири основни техники со кои поединецот или организацијата можат да постапуваат со идентификуваниот ризик: избегнување на ризикот (целосно откажување од активноста што го носи ризикот), задржување на ризикот (свесно прифаќање на последиците, најчесто кога очекуваната штета е мала), намалување на ризикот (преземање превентивни мерки за намалување на веројатноста или сериозноста на штетата), и пренесување на ризикот, најчесто преку осигурителна полиса. Осигурувањето, всушност, претставува најразвиена и најформализирана

техника за пренесување ризик, бидејќи овозможува предвидлив трошок (премијата) наместо потенцијално многу поголема, но неизвесна идна загуба.

3.3. Осигурителна писменост како посебна димензија на финансиската писменост

Иако тесно поврзана со општата финансиска писменост, осигурителната писменост во поновата литература сè повеќе се третира како посебен, специфичен конструкт. Истражување спроведено во Италија, засновано на мерка за осигурителна писменост развиена и валидирана од страна на осигурителен супервизор, покажува дека осигурителната писменост влијае врз одлуките за купување осигурување, заедно со возраста, брачната состојба, образованието, работниот статус и постоењето деца во домаќинството, при што повисокото ниво на писменост е поврзано со поголемо учество на поединецот на пазарот на осигурување. Истата студија ја нагласува подосигуреноста (underinsurance) како светски социјален проблем, бидејќи осигурителната писменост генерално заостанува зад општата финансиска писменост, што бара дополнителни напори во едукацијата од страна на регулаторите и институциите.

Дополнителен наод од прегледната литература на американското Здружение на осигурителни супервизори (NAIC) покажува дека финансиското знаење не е автоматски еднакво на здравствено-осигурителна писменост. Станува збор за поврзани, но не идентични конструкти. Истата анализа констатира дека токму младите возрасни лица и студентите имаат најниско ниво на здравствено-осигурителна писменост во споредба со останатите возрасни групи, што директно ја поткрепува релевантноста на фокусот на овој труд токму врз Генерацијата Z.

3.4. Перцепција на ризик и однесувачки бариери кај младите

Покрај недостатокот на конкретно знаење, одлуките за осигурување кај младите се обликувани и од низа когнитивни и однесувачки бариери. Меѓу нив, најчесто се среќава подценувањето или пренагласувањето на веројатноста и финансиското влијание на осигурливи ризици, односно животен век, зачестеност на инвалидитет или тешка болест, оштетување на имот или кражба, природни катастрофи и потребите за долгорочна нега. Честа е и когнитивната пристрасност позната како „тоа мене нема да ми се случи“, која го намалува мотивот за купување соодветно покритие. Дополнителна бариера е и конфузијата околу техничките поими. Според анкета на Националното здружение на

осигурителни супервизори (NAIC) од 2024 година, само 27% од возрасните припадници на Генерацијата Z можеле правилно да го дефинираат поимот „франшиза“ (deductible), а само 29% го разбирале поимот „кофинансирање“ (co-pay), што укажува на значителен јаз во основната терминолошка писменост неопходна за информирано одлучување.

Посебен психолошки момент присутен кај животното осигурување е тенденцијата кон одложување на одлуката поради непријатноста поврзана со размислување за сопствената смртност, иако смртта е универзално животно искуство, склоноста кон нејзино избегнување во секојдневното размислување води кон систематско одложување на купувањето животно осигурување, дури и кога поединецот рационално ја препознава неговата корисност.

3.5. Финансиска писменост и одлуки за осигурување кај Генерацијата Z

Поновите емпириски истражувања директно ја поврзуваат финансиската писменост со намерата за купување осигурување кај Генерацијата Z. Истражување фокусирано на здравственото осигурување покажува дека финансиската писменост е клучен фактор при формирање на намерата за купување, при што потрошувачите со повисоко ниво на финансиска писменост имаат поголема веројатност да ја препознаат важноста на здравственото осигурување и да го гледаат како вредна инвестиција, наместо само трошок. Слично, истражување базирано на податоци од Националната студија за финансиска способност (National Financial Capability Study) во САД покажува дека финансиската писменост е значаен предиктор на побарувачката за здравствено осигурување и истовремено ја намалува веројатноста од понеповолни финансиски однесувања поврзани со здравството.

Обемно истражување на компанијата Securian Financial спроведено во 2025 година меѓу речиси 300 припадници на Генерацијата Z и постари Милениумци (22–32 години) дава детална слика за перцепциите поврзани со осигурувањето кај оваа возрасна група: речиси две третини од испитаниците ја препознаваат вредноста на животното осигурување, но околу 20% сепак сметаат дека не им е потребно додека не остарат; над 30% сметаат дека осигурувањето е прескапо, не сфаќајќи дека премиите обично се пониски кога полисата се склучува во помлада возраст; и скоро половина (48%) изјавиле дека не знаат доволно за животното или дополнителното здравствено осигурување за да донесат самоуверена одлука за купување. Истото истражување покажува дека 44% од

испитаниците претпочитаат да учат за осигурувањето преку релативни, животни примери, што ја потврдува улогата на едукацијата преку практични примери, а не преку сува техничка терминологија.

3.6. Пазарот на осигурување во Република Северна Македонија

Според последниот Годишен извештај на Агенцијата за супервизија на осигурување (АСО), вкупната бруто-полисирана премија (БПП) на македонскиот осигурителен пазар во 2024 година изнесувала околу 260 милиони евра, што претставува раст од 11,32% во однос на 2023 година. Земено во подолг временски период, во однос на 2022 година (кога пазарот изнесувал околу 210 милиони евра), растот надминува 25% за само две години, а во одредени периоди од 2025 година стапката на раст достигнала дури 18%. На пазарот работат 17 осигурителни друштва (11 за неживотно и 6 за животно осигурување), од кои 14 се во сопственост на европски инвеститори, склучени се над два милиони договори за осигурување, а компаниите во 2024 година остварile нето-добивка од околу 697 милиони денари (11,3 милиони евра).

Структурата на пазарот по класи осигурување открива важен податок за целите на овој труд: задолжителното осигурување од автомобилска одговорност учествува со дури 37,03% од вкупниот пазар, следено од имотното осигурување (15,82%), животното осигурување (13,15%), каско осигурувањето (8,52%) и здравственото осигурување (8,31%). Со 260 милиони евра премии, македонскиот пазар е приближно на исто ниво со албанскиот (околу 260–270 милиони евра), додека Косово е малку послаб (168,1 милиони евра, со раст од 15%), а Србија значително го надминува со проценки над 1,5 милијарда евра.

Изразената доминација на задолжителното осигурување од автоодговорност наспроти релативно скромното учество на доброволните производи како животното (13,15%) и здравственото осигурување (8,31%) е показател дека граѓаните во Северна Македонија склучуваат осигурување првенствено кога тоа е законски задолжително, а помалку како резултат на самостојна, доброволна проценка на сопствените ризици и финансиски потреби. Ваквата структура на пазарот е во согласност со наодите претставени погоре за ниската осигурителна и финансиска писменост кај младата популација и укажува дека токму доброволните производи, релевантни за долгорочна финансиска сигурност, остануваат недоволно застапени кај потрошувачите, вклучувајќи ја и Генерацијата Z.

3.7. Синтеза на теоретската рамка

Прегледот на литературата во трите претходни глави покажува јасна логичка врска: финансиската писменост претставува основа за разбирање на концептите на ризик, штедење и долгорочно планирање; осигурителната писменост, како нејзина специфична подкатегорија, директно ја обликува подготвеноста на поединецот доброволно да склучи осигурителна полиса, а Генерацијата Z, и покрај тоа што е дигитално најнапредната генерација до сега, покажува умерено до ниско ниво на двете форми на писменост, дополнително обликувано од когнитивни пристрасности, ограничена доверба во традиционалните финансиски институции и зголемено потпирање на неформални извори на информации како финфлуенсерите. Состојбата на македонскиот осигурителен пазар, со доминација на задолжителните производи наспроти скромното учество на доброволното животно и здравствено осигурување, дополнително ја потврдува актуелноста и практичната релевантност на емпириското истражување што следува во наредниот дел од трудот, чија цел е токму да се провери во колкава мера финансиската писменост кај Генерацијата Z во Северна Македонија влијае врз нејзините конкретни одлуки за осигурување.

ГЛАВА 4. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

4.1. Цел и предмет на истражувањето

Целта на емпириското истражување е да се утврди во колкава мера нивото на финансиска писменост кај припадниците на Генерацијата Z во Република Северна Македонија влијае врз нивните одлуки поврзани со осигурувањето.

Предмет на истражувањето е поврзаноста меѓу финансиската писменост и финансиското однесување, од една страна, и осигурителните навики, ставови и намерата за купување осигурување, од друга страна, кај испитаници на возраст од 18 до 27 години.

4.2. Истражувачки прашања и хипотези

Врз основа на теоретската рамка, истражувањето се води од следната главна и споредни хипотези:

- **X1 (главна):** Постои значајна позитивна врска меѓу нивото на финансиска писменост кај припадниците на Генерацијата Z и нивните информирани одлуки за осигурување.
- **X2:** Припадниците на Генерацијата Z со повисоко ниво на финансиска писменост поседуваат поголем број осигурителни производи во споредба со оние со пониско ниво.
- **X3:** Постои позитивна врска меѓу финансиската писменост и нивото на осигурителна писменост кај припадниците на Генерацијата Z.
- **X4:** Припадниците со повисоко ниво на осигурителна писменост имаат помала склоност кон одложување на купување животно или здравствено осигурување.
- **X5:** Постои позитивна врска меѓу нивото на приход на испитаникот и неговата подготвеност за купување доброволно осигурување.

4.3. Метод на истражување

За потребите на овој труд е применет квантитативен истражувачки пристап, односно метод на анкетно истражување (survey research).

Изборот на овој метод произлегува од потребата за мерење и статистичка анализа на поврзаноста меѓу финансиската писменост и осигурителното однесување кај поголем број испитаници, со цел добивање на резултати кои овозможуваат генерализација и проверка на поставените хипотези.

4.4. Инструмент за собирање податоци

Како инструмент за собирање податоци беше конструиран структуриран анкетен прашалник, поделен во седум делови:

1. Демографски податоци
2. Финансиска писменост
3. Извори на финансиски информации
4. Осигурителна писменост
5. Осигурителни навики
6. Однесување при донесување одлуки и одложување
7. Подготвеност за купување доброволно осигурување

Прашањата за финансиска писменост се засноваат на меѓународно валидираните „Big Three“ прашања на Lusardi и Mitchell, адаптирани на контекстот на Република Северна Македонија.

Прашањата за осигурителна писменост се конструирани врз основа на постоечки инструменти користени во меѓународни истражувања за осигурителна едукација.

Останатите прашања се развиени за потребите на ова истражување, врз основа на теоретската рамка.

Прашалникот беше спроведен анонимно преку онлајн платформа (Google Forms), со цел да се обезбеди поголема пристапност и усогласеност со дигиталните навики на целната популација.

4.5. Популација и примерок

Целната популација ја сочинуваат припадниците на Генерацијата Z во Република Северна Македонија, оперативно дефинирани како лица на возраст од 18 до 27 години.

Со оглед на практичните услови при изработка на дипломскиот труд, беше применет пригоден примерок (convenience sampling), каде учеството беше доброволно и достапно преку социјални мрежи, студентски групи и лични контакти.

Истражувањето беше спроведено во периодот од 06.07.2026 до 20.07.2026, а во истражувањето учествуваа вкупно 83 испитаници, чии одговори беа целосни и валидни за понатамошна анализа.

4.6. Начин на спроведување на истражувањето

Пред официјалната дистрибуција беше спроведено пилот-тестирање на прашалникот на 3 испитаници, со цел проверка на јасноста и разбирливоста на прашањата.

Прашалникот потоа беше дистрибуиран онлајн преку социјални мрежи (Instagram, Facebook), студентски групи и директни контакти со студенти од различни факултети.

Учеството беше целосно доброволно и анонимно, а испитаниците беа информирани за целта на истражувањето и начинот на користење на податоците.

4.7. Метод на анализа на податоците

Собраните податоци беа извезени од Google Forms во Excel формат, каде беа обработени преку дескриптивна статистика (пресметување проседи и проценти) и споредба на просечните вредности меѓу групи испитаници со различно ниво на финансиска и осигурителна писменост, со цел тестирање на поставените хипотези.

4.8. Ограничувања на методологијата

Применетиот примерок не е репрезентативен за целата популација на Генерацијата Z во Република Северна Македонија, поради што резултатите укажуваат на тенденции, а не на целосна генерализација.

Одговорите се самопријавени (self-reported), што може да доведе до субјективна пристрасност во проценката на сопственото финансиско и осигурително знаење.

И покрај овие ограничувања, користењето на валидирани меѓународни инструменти придонесува кон зголемена веродостојност на резултатите.

ГЛАВА 5. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Во ова поглавје се претставени резултатите добиени од спроведеното анкетно истражување, во кое учествуваа вкупно 83 испитаници. Прво се дадени демографските карактеристики на примерокот, потоа дескриптивните резултати за нивото на финансиска и осигурителна писменост, а на крајот резултатите од статистичкото тестирање на поставените хипотези.

5.1. Демографски карактеристики на примерокот

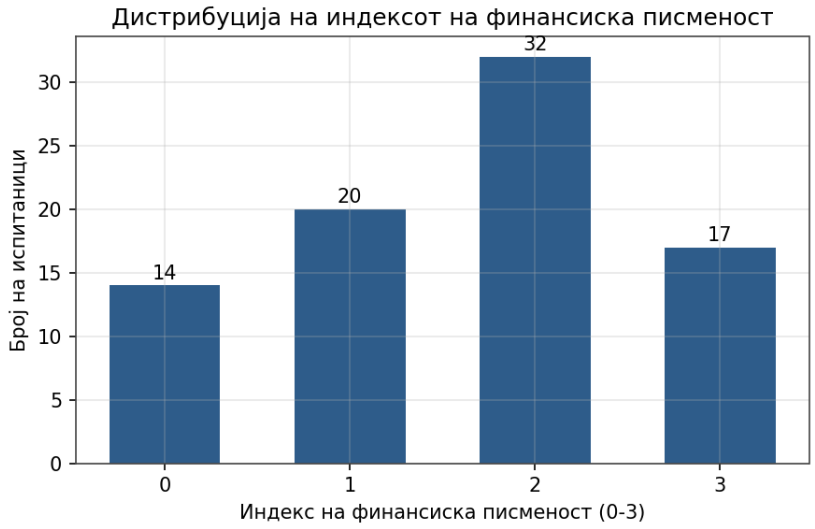
Карактеристика	Категорија	Број	Процент
Пол	Женски	59	71,1%
	Машки	24	28,9%
Возраст	18-20 години	23	27,7%
	21-23 години	42	50,6%
	24-27 години	18	21,7%
Образование	Средно образование	17	20,5%

	Прв циклус (студент/ка)	55	66,3%
	Прв циклус (завршен)	10	12,0%
	Втор циклус или повисоко	1	1,2%
Работен статус	Студент/ка	33	39,8%
	Вработен/а	28	33,7%
	Студент/ка и вработен/а	15	18,1%
	Невработен/а	7	8,4%
Месечен приход	Немам приход	26	31,3%
	До 15.000 денари	11	13,3%
	15.000 - 30.000 денари	19	22,9%
	Над 30.000 денари	27	32,5%

Примерокот покажува дека има доминација на женски испитаници (71,1%) и лица на возраст од 21 до 23 години (50,6%), при што мнозинството се студенти на прв циклус студии (66,3%). Сепак се забележува солидна застапеност и на вработени лица (33,7% вработени плус 18,1% студенти кои паралелно работат), што овозможува примерокот да опфати различни финансиски позиции, од лица без сопствен приход до лица со приход над 30.000 денари месечно (32,5%).

5.2. Ниво на финансиска писменост

За мерење на финансиската писменост беа поставени три прашања од типот „Big Three“ (сложена камата, ефект на инфлација, диверзификација на ризик). Врз основа на бројот точни одговори, за секој испитаник е формиран индекс на финансиска писменост во опсег од 0 до 3.



Графикон 1. Дистрибуција на индексот на финансиска писменост (0-3)

Просечниот резултат изнесува 1,63 од максимум 3 поени, што укажува на само умерено ниво на финансиска писменост кај испитаниците. Само 17 испитаници (20,5%) точно одговориле на сите три прашања, додека 14 испитаници (16,9%) немале точен ниту еден одговор. Особено слаб резултат е забележан кај прашањето за диверзификација на ризик, на кое дури 30 испитаници (36,1%) одговориле со „не знам“.

Интересен податок произлегува од споредбата меѓу самопроценетото ниво на финансиска писменост (просечно 3,17 на скала од 1 до 5) и реално покажаното знаење (просечно 1,63 од 3, односно околу 2,7 на иста скала од 5). Корелацијата меѓу самопроценката и реалниот резултат е слаба и незначајна, а дури 12% од испитаниците имаат висока самопроцена (4 или 5) но истовремено многу слаб реален резултат (0 или 1 точен одговор). Ова укажува на извесна пренагласена самодоверба (overconfidence bias) во сопственото финансиско знаење кај дел од Генерацијата Z, феномен веќе забележан и во странската литература претставена во теоретскиот дел.

5.3. Извори на финансиски информации

Социјалните мрежи (TikTok, Instagram, Facebook) се појавуваат како најчесто наведуван извор на финансиски информации, застапени во комбинација со други извори кај значителен дел од испитаниците. На прашањето дали следат финансиски инфлуенсери, 39 испитаници (47,0%) одговориле „не“, 34 (41,0%) „понекогаш“, а 9 (10,8%) „да, редовно“. Просечното ниво на доверба во советите добиени преку социјални мрежи

изнесува 2,29 на скала од 1 до 5, што укажува на воздржан, но не и целосно негативен став.

Не е забележана поголема разлика во индексот на финансиска писменост меѓу оние што редовно следат финфлуенсери (просек 1,78), оние што повремено следат (1,74) и оние што не следат воопшто (1,51). Разликата е мала и укажува дека самото изложеноста на финансиски содржини на социјалните мрежи, сама по себе не е доволна за да произведе повисоко ниво на финансиско знаење.

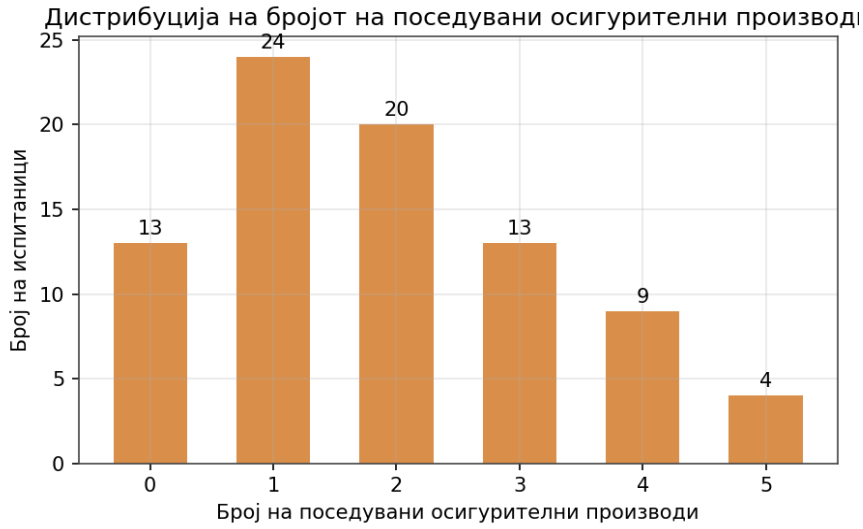
5.4. Осигурителна писменост и осигурителни навики

Осигурителната писменост беше мерена преку три прашања поврзани со дефиницијата на осигурувањето, покриеноста на здравственото осигурување и значењето на франшизата. Просечниот резултат изнесува 2,24 од максимум 3 поени - забележливо повисок од резултатот за општата финансиска писменост, што укажува дека испитаниците имаат подобра интуиција за основните поими од осигурувањето отколку за пошироките финансиски концепти како инфлација и диверзификација.



Графикон 2. Дистрибуција на индексот на осигурителна писменост (0-3)

Во однос на осигурителните навики, 13 испитаници (15,7%) не поседуваат никакво осигурување освен законски задолжителното, додека просечниот број поседувани производи изнесува 1,92.



Графикон 3. Дистрибуција на бројот на поседувани осигурителни производи

Огромното мнозинство (89,0%) сметаат дека осигурувањето е важно за младите, а 47 испитаници (56,6%) изјавиле дека се подготвени да издвојат дел од месечниот буџет за доброволно осигурување, дури и кога не е законски задолжително. Сепак, на прашањето кога би купиле осигурување, само 26 испитаници (31,3%) одговориле „веднаш“, додека 36 (43,4%) би чекале да имаат стабилна работа, што покажува јасен јаз меѓу декларативниот став (осигурувањето е важно) и конкретната намера за дејствување во сегашниот момент.

5.5. Заклучоци поврзани со хипотезите

Врз основа на добиените одговори, за секоја хипотеза беше споредено просечното однесување кај испитаниците со пониско ниво на писменост и оние со повисоко ниво. Резултатите се прикажани и објаснети подолу за секоја хипотеза посебно.

X2: Финансиска писменост и број на поседувани осигурителни производи

Испитаниците со повисоко ниво на финансиска писменост поседуваат во просек 2,08 осигурителни производи, наспроти 1,68 кај испитаниците со пониско ниво на писменост.

> **Заклучок: Разликата е мала → X2 НЕ СЕ ПОТВРДУВА**

Иако бројката е малку повисока кај финансиски описмените испитаници, разликата е премала за да се смета за јасен доказ дека финансиската писменост е причина за поседување повеќе осигурувања. Веројатно поголема улога играат други фактори, на

пример законската задолжителност на осигурувањето од автоодговорност или моменталните животни околности на испитаникот.

Х3: Поврзаност меѓу финансиската писменост и осигурителната писменост

Испитаниците со повисока финансиска писменост имаат во просек значително повисок резултат и на прашањата поврзани со осигурување (2,51 од 3) во споредба со оние со пониска финансиска писменост (1,85 од 3).

> **Заклучок: Јасна и значителна разлика → Х3 СЕ ПОТВРДУВА**

Ова е еден од најсилните наоди во истражувањето. Испитаниците кои подобро разбираат општи финансиски поими (камата, инфлација, ризик) значително подобро разбираат и специфични поими од осигурувањето (франшиза, покриеност и сл.). Ова е логично очекувано, бидејќи двата вида знаење се потпираат на слични основни концепти.

Х4: Осигурителна писменост и склоност кон одложување

Испитаниците со повисока осигурителна писменост во просек покажуваат помала склоност кон одложување купување осигурување (2,67 на скала од 1 до 5) во споредба со оние со пониска писменост (3,19). Слична разлика е забележана и кај чувството на непријатност поврзано со темата (1,85 наспроти 2,75).

> **Заклучок: Јасна разлика во очекуваната насока → Х4 СЕ ПОТВРДУВА**

Овој податок покажува дека осигурителната писменост не влијае само на разбирањето на производите, туку и на реалното однесување, односно луѓето кои подобро разбираат осигурување, полесно донесуваат одлука и помалку ја одложуваат или избегнуваат темата.

Х5: Приход и подготвеност за доброволно осигурување

Кај испитаниците со повисок приход (над 15.000 денари месечно), 63,0% изјавиле дека се подготвени да купат доброволно осигурување, наспроти 48,6% кај испитаниците со понизок приход или без приход.

> **Заклучок: Насоката е позитивна, но разликата не е доволно голема → Х5 НЕ СЕ ПОТВРДУВА целосно**

Иако постои извесна тенденција испитаниците со повисок приход да бидат попозитивни кон доброволното осигурување, разликата не е доволно голема за да се смета за силен и сигурен доказ. Ова укажува дека приходот сам по себе не е главниот фактор, веројатно поважна улога игра тоа колку испитаникот ја разбира и цени вредноста на осигурувањето (поврзано со X3 и X4), отколку висината на неговиот приход.

X1 (главна хипотеза): Финансиската писменост и одлуките за осигурување

Бидејќи главната хипотеза ги опфаќа сите претходни четири, доаѓаме до заклучок дека, финансиската писменост јасно и значително се поврзува со подобро разбирање на осигурувањето (X3) и со поинформирано, поодлучно однесување при купување (X4). Сепак, таа не покажа јасна поврзаност со бројот на реално поседувани производи (X2), ниту приходот самостојно ја определува подготвеноста за доброволно осигурување (X5).

> **Заклучок: X1 се потврдува делумно - финансиската писменост влијае првенствено врз разбирањето и однесувањето при одлучување, а помалку врз конкретниот број купени полиси**

5.6. Резиме на хипотезите

Хипотеза	Заклучок
X1 (главна)	Делумно потврдена
X2 - писменост и број производи	Не се потврдува
X3 - финансиска и осигурителна писменост	Се потврдува
X4 - осигурителна писменост и одложување	Се потврдува
X5 - приход и подготвеност	Не се потврдува целосно

5.7. Дополнителни податоци

Покрај наведените хипотези, од анкетата произлегуваат и неколку дополнителни заклучоци корисни за дискусијата и препораките во завршниот дел на трудот.

Прво, испитаниците значително ја надценуваат сопствената финансиска писменост, себеси во просек се оценуваат со 3,17 од 5, додека нивниот реален резултат на прашањата за знаење одговара на многу пониска вредност (околу 2,7 од 5, односно 1,63 од 3). Ова покажува дека младите луѓе имаат погрешна претстава за сопственото ниво на финансиско знаење, што само по себе може да претставува пречка, односно ако некој мисли дека веќе знае доволно, е помалку веројатно активно да бара дополнителни информации.

Второ, најчестата причина за одложување купување осигурување е тоа што испитаниците не го сметаат за приоритет во моментот (33,3% од оние што одложуваат), проследено со недоволно разбирање на самите понуди (22,8%).

Трето, испитаниците јасно преферираат да учат за осигурување преку разговор со осигурителен советник (48,2%) или преку конкретни примери од реалниот живот (26,5%), а многу малку (само 3,6%) преку содржини на социјалните мрежи и покрај тоа што социјалните мрежи се нивниот најчест извор на финансиски информации во општа смисла.

ГЛАВА 6. ЗАКЛУЧОК

Целта на овој труд беше да се утврди во колкава мера нивото на финансиска писменост кај припадниците на Генерацијата Z во Република Северна Македонија влијае врз нивните одлуки поврзани со осигурувањето. Врз основа на теоретската анализа претставена во првите три глави и спроведеното емпириско истражување, може да се заклучи дека финансиската писменост навистина игра значајна улога, но не на начин на кој првично можеби интуитивно би се очекувало.

Наместо директно да го зголемува бројот на купени осигурителни полиси или самостојно да ја одредува подготвеноста за купување, финансиската писменост првенствено влијае врз квалитетот на разбирањето на осигурителните концепти и врз конкретното однесување при донесување одлуки, особено врз намалувањето на склоноста кон одложување и психолошкото избегнување на темата. Хипотезата Х2 (поврзаност меѓу финансиската писменост и бројот поседувани производи) не се потврди, што укажува дека поседувањето конкретни полиси кај испитаниците повеќе зависи од законската задолжителност (пр. автоодговорност) отколку од самото ниво на финансиско знаење, податок во согласност со состојбата на македонскиот осигурителен

пазар, каде задолжителните видови осигурување учествуваат со над една третина од вкупниот пазар, додека доброволните производи остануваат скромно застапени.

Спротивно на тоа, хипотезата Х3 (поврзаност меѓу финансиската и осигурителната писменост) и хипотезата Х4 (поврзаност меѓу осигурителната писменост и склоноста кон одложување) се јасно потврдени. Овие наоди покажуваат дека доброто општо финансиско знаење претставува солидна основа за разбирање на специфичните осигурителни поими, и дека токму осигурителната писменост, а не само општата финансиска писменост, е клучен фактор кој ја намалува тенденцијата младите луѓе да го одложуваат или да го избегнуваат размислувањето за осигурување. Хипотезата Х5 (поврзаност меѓу приходот и подготвеноста за доброволно осигурување) не се потврди целосно, што укажува дека перцепцијата и разбирањето на вредноста на осигурувањето имаат поголемо влијание врз подготвеноста за купување отколку самата финансиска можност на испитаникот.

Главната хипотеза на трудот (Х1) на овој начин се потврдува делумно: финансиската писменост е значаен, но не единствен фактор во процесот на донесување осигурителни одлуки кај Генерацијата Z, при што нејзиното влијание е поизразено врз разбирањето и однесувањето, отколку врз конкретниот број купени полиси.

Исто така, со ова истражување се дојде до заклучок дека Генерацијата Z во Република Северна Македонија поседува само умерено ниво на финансиска писменост (просечно 1,63 од максимум 3 поени), придружено со забележлива тенденција кон пренагласена самодоверба во сопственото знаење, односно испитаниците себеси се оценуваат значително повисоко отколку што нивниот реален резултат покажува. Овој податок, заедно со утврдениот јаз меѓу декларативниот став дека осигурувањето е важно (88% од испитаниците) и реалната подготвеност веднаш да се купи осигурување (само 31,3%), укажува дека постои значителен простор за подобрување на едукацијата и комуникацијата насочена кон оваа возрасна група.

Врз основа на сето наведено, може да се заклучи дека поставената цел на трудот е остварена, односно истражувањето покажа дека финансиската писменост влијае врз одлуките за осигурување кај Генерацијата Z, но нејзиното влијание е нијансирано и се манифестира првенствено преку разбирањето на производите и намалувањето на психолошките бариери, а не преку директно зголемување на бројот купени полиси или преку самата финансиска можност на поединецот.

ГЛАВА 7. ПРЕПОРАКИ

Врз основа на податоците од истражувањето, се формулираат следните практични препораки, насочени кон осигурителните друштва, регулаторните институции и образовните институции:

- Осигурителните друштва треба да инвестираат во едукативни програми кои вклучуваат директен контакт преку осигурителни советници и конкретни примери од реалниот живот, наместо првенствено да се потпираат на кампањи преку социјалните мрежи, бидејќи токму тој формат на едукација го преферира Генерацијата Z кога станува збор конкретно за осигурување.
- Едукативните кампањи треба експлицитно да ја адресираат погрешната перцепција дека осигурувањето е прескапо во помлада возраст, преку транспарентно прикажување на пониските премии поврзани со порана возраст на склучување полиса.
- Институциите одговорни за финансиска едукација (НБРМ, АСО, образовните институции) би требало да развијат посебни модули насочени конкретно кон осигурителна писменост, а не само кон општа финансиска писменост, со оглед на потврдената, но не целосна поврзаност меѓу двата конструкти.
- Едукативните алатки треба да вклучат и компонента за самопроценка на знаењето, со цел да се адресира откриената пренагласена самодоверба кај дел од младата популација, која може да ја намали нивната мотивација активно да бараат дополнителни информации.
- Со оглед на тоа што недостатокот на приоритет и недоволното разбирање на понудите се најчесто наведените причини за одложување, кампањите насочени кон Генерацијата Z треба директно да ги адресираат овие бариери преку едноставни, практични алатки (на пример, онлајн калкулатори за премии или споредувачи на полиси).
- Високообразовните институции, особено оние со насоки поврзани со финансии и осигурување, треба да ја зајакнат застапеноста на практичната осигурителна едукација во наставните програми, со оглед на тоа што дел од испитаниците изразиле интерес за учење преку факултетот.

ГЛАВА 8. ОГРАНИЧУВАЊА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО И НАСОКИ ЗА ИДНИ ИСТРАЖУВАЊА

Ова истражување, како и секое истражување од ваков обем, има одредени ограничувања кои треба да се земат предвид при толкувањето на резултатите. Примерокот од 83 испитаници, избран преку пригодно земање примерок (convenience sampling), не е репрезентативен за целата популација на Генерацијата Z во Република Северна Македонија, поради што резултатите не можат да се генерализираат, туку укажуваат на тенденции кај испитаната група. Дополнително, одговорите се самопријавени, што носи ризик од субјективна пристрасност, особено во делот на самопроценетото финансиско знаење. Истражувањето е и пресечно (cross-sectional), односно ги мери ставовите и знаењето во еден единствен момент, поради што не можат да се извлечат заклучоци за причинско-последична врска, туку единствено за поврзаност меѓу варијаблите.

Идните истражувања на оваа тема би можеле да го надминат овој примерок преку случаен и построг репрезентативен избор на испитаници, со поголем број учесници од различни делови на земјата. Понатаму, квалитативен пристап преку интервјуа или фокус групи би овозможил подлабоко разбирање на причините зад одложувањето и избегнувањето на осигурителните одлуки, надвор од она што може да го открие анкетниот прашалник. Конечно, компаративно истражување кое би ги споредило наодите со соседните земји од регионот (Албанија, Косово, Србија) би дало поширока слика за тоа дали утврдените обрасци се специфични за Република Северна Македонија или се пошироко присутни на Балканот.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

Меѓународни академски трудови и извештаи

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5-44.

https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.52.1.5

OECD (2020). Recommendation of the Council on Financial Literacy, OECD/LEGAL/0461.

https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0461

Czech, K., Ochnio, L., Wielechowski, M., & Zabolotnyy, S. (2024). Financial Literacy: Identification of the Challenges, Needs, and Difficulties among Adults Living in Rural Areas. Agriculture, 14(10), 1705.

https://www.mdpi.com/2077-0472/14/10/1705

Khan, M. S., Azad, I., Moosa, S., & Javed, M. Y. (2024). Do we really need financial literacy to access the behavioral dynamics of generation Z? A case of Oman. Heliyon, 10(13), e32739.

https://doaj.org/article/d469de6dcf4b4413878eea89bca2e28e

Raman, S. A., Nik Kamarudin, N. N. A., & Mohd Shaari, S. N. (2025). Generation Z Financial Literacy and Behaviour. International Journal of Research and Innovation in Social Science, 9(10).

https://rsisinternational.org/journals/ijriss/view/generation-z-financial-literacy-and-behaviour

Spohn, D. (2024). Financial Resilience and Innovation among Generation Z in the Face of Economic Adversity. European Journal of Management, Economics and Business, 1(3), 39-51.

https://ejmeb.com/index.php/journal/article/view/20

Kahawandala, N., Peter, S., & Niwunhella, H. (2020). Profiling purchasing behavior of Generation Z. 2020 International Research Conference on Smart Computing and Systems Engineering (SCSE), 155-160. IEEE. Цитирано преку: The Influence of Perceived Benefits, Financial Literacy, and Demographics on Health Insurance Purchase Intention by Gen Z.

https://www.researchgate.net/publication/383558480_The_Influence_of_Perceived_Benefits_Financial_Literacy_and_Demographics_on_Health_Insurance_Purchase_Intention_by_Gen_Z_Which_is_Mediated_by_Attitude

Kopplin, K. (2024). Financial Literacy, Health Insurance, and Health-Related Financial Behaviors. Numeracy, 17(2), Article 2.

https://digitalcommons.usf.edu/numeracy/vol17/iss2/art2/

Insurance holdings: Does individual insurance literacy matter? (2023). Journal of Behavioral and Experimental Finance.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1544612323008838

Building Insurance Literacy (2025). Actuary.org, American Academy of Actuaries.

https://actuary.org/article/building-insurance-literacy/

Understanding Insurance Decisions: A Review of Risk Management and Insurance Literature (2024). National Association of Insurance Commissioners (NAIC).

https://content.naic.org/sites/default/files/understanding-insurance-decisions-a-review-of-risk-management.pdf

Securian Financial (2025). Insurance Needs and Views of Younger Generations (студија, јули 2025, ~300 испитаници Ген Z и помлади милениумци).

https://www.securian.com/about-us/newsroom/news-releases/securian-financial-study-reveals-how-gen-z-and-younger-millennials-view-life-and-supplemental-health-insurance.html

OECD (2013). PISA 2012 Assessment and Analytical Framework: Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial Literacy – Financial Literacy Framework. OECD Publishing, Paris.

https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2012-assessment-and-analytical-framework_9789264190511-en.html

Домашни (македонски) извори

Народна банка на Република Северна Македонија - Финансиска едукација.

https://www.nbrm.mk/finansiska-edukacija.nspx

Народна банка на Република Северна Македонија - Тема: Финансиска писменост.

https://www.nbrm.mk/tema_finansiska_pismenost.nspx

Народна банка на Република Северна Македонија - Стратегија за финансиска едукација и финансиска инклузија на Република Северна Македонија, 2021-2025.

https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-strategija-za-finansiska-edukacija-i-finansiska-inkluzija-na-republika-severna-makedonija-2021-2025.nspx

Финансиската писменост кај младите (2024). Факултети.мк.

https://www.fakulteti.mk/news/03072024/finansiskata-pismenost-kaj-mladite

Министерството за финансии: Димитриеска-Кочоска на панел дискусија за финансиска писменост кај младите (2025). МАКТЕЛ.

https://maktel.mk/makedonija/министерството-за-финансии-димитриеде-4/

Се појави нов играч на пазарот на осигурувањето (2026). Fokus.mk (со податоци од Годишниот извештај на АСО за 2024 година).

https://fokus.mk/se-pojavi-nov-igrach-na-pazarot-na-osiguruvaneto-biznismen-blizok-do-vuchik-ja-kupi-zoil-makedonija/

Осигурителниот пазар во Македонија во 2024 има силен раст: Рекордни 250 милиони евра! (2026). Капитал.мк.

https://kapital.mk/osiguritelniot-pazar-vo-makedonija-vo-2024-ima-silen-rast-rekordni-250-milioni-evra-shto-nè-cheka-vo-2025-i-2026/

Кој е кој на осигурителниот пазар во Македонија? (2025). Bloomberg Adria.

https://mk.bloombergadria.com/ekonomija/makedonija/75039/koj-e-koj-na-osiguritelniot-pazar-vo-makedonija/news

ПРИЛОГ 1: Анкетен прашалник

https://docs.google.com/forms/d/185SLjVMXQzJMze_PYBQRss4Z8lWlQYATeqA0--JPW5Y/edit#responses

АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК:

Дел 1: Демографски податоци

1. **Пол:**
    - Машки
    - Женски
    - Друго / не сакам да одговорам
2. **Возраст:**
    - 18-20
    - 21-23
    - 24-27
3. **Ниво на образование:**
    - Средно образование
    - Студент/ка на прв циклус студии
    - Завршен прв циклус студии (дипломиран/а)
    - Втор циклус студии или повисоко
4. **Работен статус:**
    - Студент/ка
    - Вработен/а
    - Студент/ка и вработен/а
    - Невработен/а
5. **Месечен личен приход (во денари):**
    - Немам приход
    - До 15.000 денари
    - 15.000 - 30.000 денари
    - Над 30.000 денари

Дел 2: Финансиска писменост

Одберете еден точен одговор за секое прашање. Точноста на одговорите не влијае на анонимноста.

6. **Ако каматната стапка на штедење е 3%, а инфлацијата 5%, дали со парите кои ги имате ќе можете да купите повеќе, исто или помалку за една година?**
    - Повеќе

- Исто
- Помалку
- Не знам

7. **Ако вложите 1000 денари на штедна сметка со 2% годишна камата, колку ќе имате по 5 години (без дополнителни уплати)?**
   - Повеќе од 1100
   - Точно 1100
   - Помалку од 1100
   - Не знам
8. **Што значи најдобро „диверзификација на ризик"?**
   - Инвестирање во една сигурна опција
   - Распределување на пари во повеќе различни опции
   - Чување пари дома
   - Не знам
9. **Како го оценувате вашето ниво на финансиска писменост?**
   - 1 (многу ниско)
   - 2
   - 3
   - 4
   - 5 (многу високо)
10. **Дали редовно го следите/планирате вашиот личен буџет (приходи и расходи)?**
    - Да, секогаш
    - Понекогаш
    - Не

Дел 3: Извори на информации

11. **Од каде најчесто добивате финансиски информации? (можете да одберете повеќе)**
    - Социјални мрежи (TikTok, Instagram, Facebook)
    - Youtube
    - Банки / финансиски институции
    - Пријатели / семејство

- Самостојно истражување на интернет
- Не следам финансиски информации

12. **Дали следите финансиски инфлуенсери?**
    - Да, редовно
    - Понекогаш
    - Не
13. **Колку верувате на финансиските совети добиени преку социјални мрежи?**
    - 1 (воопшто не верувам)
    - 2
    - 3
    - 4
    - 5 (целосно верувам)

Дел 4: Осигурителна писменост

14. **Што значи осигурување?**
    - Начин на штедење
    - Пренос на ризик на осигурително друштво во замена за премија
    - Инвестиција со сигурен принос
    - Не знам
15. **Што покрива здравственото осигурување?**
    - Покрива дел или сите приватни здравствени услуги
    - Само стоматолошки услуги
    - Покрива само операции
    - Не знам
16. **„Франшизата“ во осигурувањето претставува:**
    - Износ на месечна уплата за одржување на полисата
    - Дел од штетата што осигуреникот сам го покрива, пред да се вклучи осигурувањето
    - Вкупниот износ на осигурителното покритие
    - Попуст за возачи без претходни штети

Дел 5: Осигурителни навики

17. **Кои од следниве осигурувања моментално ги поседувате? (можете да одберете повеќе)**
    - Задолжително осигурување од автоодговорност
    - Каско осигурување
    - Доброволно здравствено осигурување
    - Животно осигурување
    - Патничко осигурување
    - Имотно осигурување
    - Друго:
    - Не поседувам ниту едно осигурување освен законски задолжителното

Дел 6: Одлучување и одложување

18. **Дали сметате дека осигурувањето е важно за младите?**
    - Да
    - Делумно
    - Не
19. **Размислувам да купам животно и/или здравствено осигурување, но постојано го одложувам тоа.**
    - 1 = воопшто не се согласувам
    - 2 = не се согласувам
    - 3 = ниту се согласувам ниту не
    - 4 = се согласувам
    - 5 = целосно се согласувам
20. **Ако одложувате, која е главната причина за тоа?**
    - Прескапо е
    - Не ми е приоритет во моментов
    - Не ги разбирам доволно добро понудите
    - Мислам дека не ми треба во оваа животна фаза
    - Не одложувам / не се однесува на мене
    - Друго
21. **Не сакам да размислувам за осигурување затоа што ме потсетува на непријатни сценарија (болест, несреќа, смрт).**

- 1 = воопшто не се согласувам
- 2 = не се согласувам
- 3 = ниту се согласувам ниту не
- 4 = се согласувам
- 5 = целосно се согласувам

Дел 7: Подготвеност за доброволно осигурување

22. **Подготвен/а сум да издвојам дел од месечниот буџет за доброволно осигурување (животно/здравствено), дури и кога тоа не е законски задолжително.**
    - Да
    - Можеби
    - Не
23. **Кога би купил/а осигурување?**
    - Веднаш
    - За 1-2 години
    - Само кога ќе имам стабилна работа
    - Никогаш
24. **Како најдобро би научил/а за осигурување?**
    - Преку примери од реалниот живот
    - Преку TikTok / Instagram
    - Преку банка
    - Преку факултет
    - Преку осигурителен советник
    - Не ме интересира