



**УНИВЕРЗИТЕТ “СВ.КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“ – БИТОЛА
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО – ОХРИД**



ДОКТОРСКИ СТУДИИ – ТРЕТ ЦИКЛУС

Насока: ОСИГУРУВАЊЕ

**РАЗВОЈ НА ОСИГУРУВАЊЕТО НА ЖИВОТ ВО ЗЕМЈИТЕ ОД ЗАПАДЕН
БАЛКАН**

/// Докторски проект ///

Кандидат:

**М-р Егзона Селими
Индекс бр.84
Насока: Осигурување**

Ментор:

Проф. Д-р Цветко Андреески

Охрид, 2024 година

Содржина	страница
Апстракт	...3
Вовед	...3
1. Преглед на литературата	...5
1.1. Осигурителниот пазар на Косово	...7
1.2. Осигурителниот пазар на Северна Македонија	...9
1.3. Осигурителниот пазар на Албанија	...11
1.4. Осигурителниот пазар на Црна Гора	...12
1.5. Осигурителниот пазар на Босна и Херцеговина	...14
1.6. Осигурителниот пазар на Србија	...15
2. Методологија на истражувањето	...16
2.1. Собирање податоци и примерок	...16
2.2. Поставување хипотези	...17
3. Резултати од истражувањето	...18
3.1. Социо-демографски карактеристики на испитаниците	...18
3.2. Тестирање на поставените хипотези	...19
4. Заклучоци	...23
5. Користена литература	...24

РАЗВОЈ НА ОСИГУРУВАЊЕТО НА ЖИВОТ ВО ЗЕМЈИТЕ ОД ЗАПАДЕН БАЛКАН

Егзона Селими

Универзитет „Св.Климент Охридски“ - Битола, Република Северна Македонија

ORCID iD: 0009-0004-7298-689X

e-mail: egzonaselimi503@gmail.com

Апстракт

Осигурителните компании се финансиски институции кои нудат повеќе производи создадени да ги заштитат поединците, бизнисите и другите организации од финансиска загуба поради различни ризици.

Осигурувањето на животот е основна компонента на финансиското планирање, дизајнирано да обезбеди финансиска сигурност на корисниците по смртта на осигуреникот. Со плаќање на редовни премии, осигурениците можат да се погрижат нивните најблиски да бидат финансиски заштитени.

Западен Балкан, кој ги опфаќа земјите Албанија, Босна и Херцеговина, Косово, Црна Гора, Северна Македонија и Србија, забележуваат различни нивоа на развој на нивните пазари за осигурување на живот. Секторот за осигурување на живот во секоја од наведените земји еволвираше различно врз основа на локалните регулативи и економските услови како ставови кон осигурувањето. Пазарот на осигурување на животот во Западен Балкан е релативно недоволно развиен во споредба со Западна Европа.

Целта на овој труд е да се анализира развојот на пазарите за осигурување на живот во земјите од Западен Балкан. Ова истражување треба да даде увид во предизвиците и можностите во секторот за осигурување на живот во овие земји, придонесувајќи кон разбирањето на тоа како економските и регулативните фактори го обликуваат осигурителниот пејзаж во овој регион.

Овој труд вклучува квалитативно и квантитативно истражување (анкетен прашалник за менаџерите на десет компании за осигурување во Косово, како и анкетен прашалник за 429 испитаници, по случаен избор). Анкетата е спроведена од 01 март до 15 јули 2024 година, поради големиот број на испитаници. Резултатите покажаа дека осигурителниот пазар на Косово, особено оној за осигурување живот е во фаза на почетен развој.

Клучни зборови: развој, осигурување живот, осигурителни компании, Западен Балкан.

Вовед

Концептот на осигурување е стар колку и човековото постоење. Првиот пример за осигурување и пренос на ризик се наоѓа во Законикот на Хамураби, кој датира од 1750 година п.н.е., а Вавилонците го осигурувале товарот на бродовите, што можел да се заложува во замена за заем. Отплатата на заемот зависела од успешно патување, а

должникот не морал да го отплати заемот ако бродот би се изгубил на море (Бити - Beattie, 2023).

Во доцните години од XVII-от век, превозот на стоки и луѓе штотуку започнал да се развива помеѓу Новиот и Стариот свет, бидејќи колониите тогаш биле основани. Се појавила практика на кредитирање на многу локации во Лодон (лондонски кафулиња кои работеле како неофицијална берза за Британската империја). Кафулето во сопственост на Едвард Лојд, подоцна од Лојд од Лондон, беше главното место за состаноци за трговците, сопствениците на бродови и другите кои барале осигурување.

По обезбедувањето на патувањето, трговците и сопствениците на бродови оделе во Лојд за да предадат копија од карго манифестот на бродот. Инвеститорите и преземачите заинтересирани за преземање на ризикот се потпишувалена дното на манифестот под бројката што го покажува уделот на товарот за кој тие преземале одговорност. На овој начин, едно патување би имало повеќе преземачи кои го прошируваче сопствениот ризик со преземање акции во неколку различни патувања.

Животното осигурување почнало да се појавува во XVI и XVII век во Англија, Франција и Холандија. Првата позната полиса за осигурување на живот во Англија била издадена во 1583 година. Меѓутоа, поради недостатокот на алатки за правилно проценување на ризикот, многу од компаниите кои нуделе осигурување на крајот пропаднале. Ова почнало да се менува во 1693 година кога астрономот и математичар Едмунд Хали ги проучувал записите за раѓање и смрт во градот Бреслау за да ја пресмета цената на доживотните анuitети. Ова довело до употреба на табели за смртност во осигурителната индустрија.

Најстарата осигурителна компанија во светот се смета “Hamburger Feuerkasse“, основана во 1676 година. Нејзините први полиси обезбедувале осигурување од пожар во градските сидини на Хамбург и им се враќало на сопствениците пазарната вредност на нивните згради до 15.000 марки, со 25% одбиток.

Во современата економија, осигурувањето на животот игра клучна улога во мобилизирањето на заштедите и насочување кон долгорочни инвестиции. Делува како финансиски посредник, насочувајќи средства во продуктивни вложувања, со што придонесува за економски раст. Од социјален аспект, осигурувањето на животот обезбедува механизам за поединците да ја заштитат иднината на своето семејство, промовирајќи финансиска стабилност и социјална благосостојба (Блек и Скипер - Black & Skipper, 2000).

Осигурувањето на животот како своедвидна индустрија е строго регулирана за да се обезбеди солвентноста на осигурителните компании и заштитата на носителите на полиси. Регулаторните рамки се разликуваат по земји, но генерално вклучуваат надзор од владини агенции кои спроведуваат стандарди за финансиски резерви, инвестициски практики и заштита на потрошувачите (Рејда и Мекнамара - Rejda & McNamara, 2014).

Пазарот на осигурувањето на животот се карактеризира со широк спектар на производи дизајнирани да ги задоволат разните потреби на потрошувачите. Од основни полиси за терминирано животно осигурување кои нудат покритие за одреден период до сложени целосни и универзални животни полиси кои комбинираат осигурување со компоненти на заштеда и инвестиции, ова индустрија нуди решенија прилагодени на различни финансиски ризици (Утревил - Outreville, 1998).

Западен Балкан, кој ги опфаќа земјите Албанија, Босна и Херцеговина, Косово, Црна Гора, Северна Македонија и Србија, забележуваат различни нивоа на развој на нивните пазари за осигурување на живот. Иако овие земји споделуваат некои заеднички историски и економски особини, секторот за осигурување на живот во секоја од наведените земји еволвираше различно врз основа на локалните регулативи,

економските услови и културните ставови кон осигурувањето. Пазарот на осигурување на животот во Западен Балкан е релативно недоволно развиен во споредба со Западна Европа.

Косовскиот осигурителен пазар доживеа релативно позитивен развој во последната деценија и се карактеризира со тековни реформи, особено со новите компании кои нудат нови услуги. Во моментот, на пазарот работат десет осигурителни компании (од кои две нудат осигурување на живот) кои нудат различни производи.

1. Преглед на литературата

Примарната цел на осигурувањето на животот е да понуди финансиска сигурност и мир. Со обезбедувањето на фактот дека осигурените лица се финансиски згрижени по смртта на носителот на полисата, овој вид на осигурување го ублажува економското влијание од губењето на главниот поддржувач на едно семејство. Сето тоа покрива различни потреби, вклучувајќи замена на приходот, отплата на долговите, финансирање на образованието и планирање со имотот.

Осигурувањето на живот помага во управувањето со финансиските ризици поврзани со предвремена смрт, нудејќи основа за планирање на имотот и пренос на богатство. Ова значи дека животното осигурување не само што обезбедува непосредна финансиска поддршка, туку и помага во долгорочното планирање на финансиската иднина на едно семејство (Блек и Скипер - Black & Skipper, 2020)

Потребата за животно осигурување варира врз основа на индивидуалните околности, како што се возраст, приход, семејни обврски и долгорочни финансиски цели. Финансиските советници обично препорачуваат спроведување на анализа на потребите за да се утврди соодветниот износ на покритие. Ова вклучува проценка на потенцијалните трошоци како трошоци за погреб, неплатени долгови, идни трошоци за образование на децата и тековните животни трошоци на зависниците (Рејда и Мекнамара - Rejda & McNamara, 2021).

Додека терминот животно осигурување се гледа првенствено како заштита, постојаното животно осигурување може да служи како инвестиционо средство. Ова значи дека носителот на полисата може да користи дел од акумулираната вредност за различни финансиски потреби, како што се плаќање на школарина или купување на имот. Сепак, важно е да се разгледа дека животното осигурување е првенствено дизајнирано да обезбеди смртна корист, а неговиот инвестиционен потенцијал треба да се гледа во контекст на пошироките финансиски цели (Сигерт и Аткинс - Siegert & Adkins, 2019).

Една честа заблуда е дека осигурувањето обезбедено од работодавачот е доволно. Додека нуди некое покритие, често е ограничено и можеби не ги задоволува целосно финансиските потреби на семејството во случај на смрт на носителот на полисата (Лиран - Liran, 2020). Како што тврди Фишер, животното осигурување обезбедува финансиска стабилност потребна за покривање на дневните трошоци, дозволувајќи им на преживеаните членови на семејството да жалат без дополнителниот товар на финансискиот стрес (Фишер - Fischer, 2020).

Во контекст на бизнисот, животното осигурување е од суштинско значење за осигурување на лицата и финансирање на договори за купопродажба. Осигурувањето на клучните лица обезбедува финансиски амортизер за бизнисите по смртта на критичен вработен или сопственик, додека договорот за купопродажба финансиран со животно осигурување обезбедува дека акциите на починатиот сопственик се купуваат од

преостанатите сопственици, спречувајќи надворешни лица да стекнат удел во бизнисот (Рејда и Мекнамара - Рејда и МекНамара, 2021).

За лица со значителни средства, животното осигурување може да помогне со планирањето на имотот обезбедувајќи ликвидност за плаќање на даноци на имот, со што се зачувува вредноста на имотот за наследниците. Животното осигурување исто така може да се користи за изедначување на наследствата меѓу наследниците, особено кога се вклучени неликвидни средства како бизниси или недвижности (Блек и Скипер - Black & Skipper, 2020).

Оние со повисоки приходи и значителни финансиски обврски, како што се хипотека или школарина за деца, обично бараат поголемо покритие. Општо правило е да се има полиса вредна 10 до 12 пати од годишниот приход (Лиран - Liran, 2020).

Компаниите за животно осигурување мораат да управуваат со значајни ризици, пред сè, со ризикот од неочекувано високи побарувања. За да ги намалат овие ризици, осигурителните компании често користат реосигурување, каде што пренесуваат дел од ризикот на друга осигурителна компанија (реосигурувач). Овој процес помага во стабилизирање на финансиската состојба на осигурителната компанија и со тоа дека можат да се справат со големи или неочекувани загуби.

Осигурителните компании работат во рамките на строга регулаторна рамка која има за цел да ги заштити осигурениците и да ја осигура финансиската стабилност на индустријата. Овие регулативи се разликуваат од земја до земја, но генерално вклучуваат барања за одржување на доволни капитални резерви, транспарентност во условите на полисата и фер третман спрема клиентите. Тие се обврзани да имаат одредена сума на капитал во резерва за да осигураат дека можат да ги исплатат побарувањата.

Ова е особено важно за животното осигурување, каде што полисите можат да траат со децении. Така, одржувањето на соодветни резерви е клучно за долгорочната солвентност на осигурителната компанија, бидејќи тоа осигурува дека компанијата може да ги исполни своите обврски кон осигурениците дури и за време на економски стрес (Фишер - Fischer, 2020).

Глобалниот пазар на животно осигурување е еден од најголемите и најзначајните сегменти во осигурителната индустрија, со конзистентен раст во текот на годините. Според најновите извештаи, оваа индустрија генерира трилиони долари во премии секоја година, со особено значајни придонеси од Северна Америка, Европа и Азија-Пацифик. Овие региони играат клучна улога во определувањето на глобалните трендови во осигурувањето.

Според податоците од светски позната компанија “Swiss Re.“ во 2023 година, глобалниот пазар на животно осигурување генерирал околу 2,8 трилиони долари во премии, што претставува околу 55% од вкупниот осигурителен пазар ширум светот. Ова одразува годишен раст од околу 3-4% во последните пет години, со флукуации предизвикани од економските услови и пазарните динамики (Свис Ре - Swiss Re, 2023).

Според податоците, глобалната просечна стапка на пенетрација на животното осигурување, измерена како премии како процент од БДП, е околу 3,3%. Оваа бројка останува релативно стабилна, со повисоки стапки на пенетрација во развиените пазари и пониски стапки во пазарите во развој (Свис Ре - Swiss Re, 2023).

Пазарот на животно осигурување во Западниот Балкан, кој ги вклучува земјите како Албанија, Босна и Херцеговина, Косово, Црна Гора, Северна Македонија и Србија, е релативно неразвиен во споредба со оној на Западна Европа. Сепак, овој пазар постепено расте како што овие земји продолжуваат да се развиваат економски, се

интегрираат во пошироките европски пазари и ја подобруваат финансиската писменост меѓу нивното население.

1.1. Осигурителниот пазар на Косово

Осигурителната индустрија, како дел од финансискиот пазар, претставува многу важен сегмент на економскиот развој во Косово и има историја од 40 години. Во текот на овој период, таа доживеа постојани промени. Прво, вреди да се споменат настаните од 1974 година, кога, под тогашниот систем на Југословенската федерација, Косово доби право да го основа Здружението за осигурување на имот и лица, со седиште во Приштина. Таквите активности се спроведуваа според законодавството на тоа време, до 90-тите години од минатиот век, како државна компанија.

Од 1990-99 година, осигурителната индустрија, со новото законодавство, функционираше под репресивните мерки на српската влада. Покрај државните осигурителни компании, работеа и неколку други приватни компании, кои главно се занимаваа со обезбедување на осигурување за возила, сè до почетокот на војната за ослободување на Косово.

Трендовите на економски развој по војната во Косово во 1999 година доведоа до создавање на пазарна економија базирана на слободна трговија, основање на бизниси и нови финансиски институции, вклучувајќи ги и осигурителните компании како дел од финансискиот пејзаж во Косово. Во минатото, осигурителните компании беа директно под контрола на државата, додека денес тие се приватни субјекти кои функционираат во услови на слободна пазарна економија, претставуваат темели на државата и се регулирани директно од Централната банка на Косово (Зекај - Zekaj, 2022).

Во 2001 година, УНМИК ја објави Регулативата бр. 2001/25 за „Лиценцирање, надзор и регулација на осигурителни компании и осигурителни посредници“ (Regulation No.2001/25 on Licensing, Supervision, and Regulation of Insurance Companies and Insurance Intermediaries), која имаше за цел да го воспостави осигурителното поле врз основа на законски статuti и подзаконски акти. Врз основа на овој правен документ, сите осигурителни компании што вршат деловна активност на Косово се должни да бидат лиценцирани и да работат според одредбите на таа регулатива.

Денес, осигурителниот пазар во Република Косово се состои од десет (10) осигурителни компании, кои се лиценцирани и се членки на Косовското биро за осигурување (Kosovo Insurance Bureau, 2023).

Осигурителни компании се регулирани според Законот бр. 04/L-018 за „Задолжително осигурување од одговорност на возила“ од 2011 година и Законот бр. 05/L-045 за „Осигурување“ од 2015 година.

Финансиските податоци за осигурителните компании во Косово од 2019 до 2023 година претставуваат јасен наратив на закрепнување, раст и ефективно управување со ризик. Секторот покажува издржливост во справување со предизвиците и демонстрира ветувачки трендови за идната изведба.

Осигурителниот пазар во Косово покажуваше робустен раст и издржливост во периодот од 2019 до 2023 година. И покрај значителното влијание на пандемијата COVID-19 во 2020 година, пазарот силно закрепна, поттикнат од зголемената побарувачка за задолжителни и незадолжителни осигурителни производи.

Конзистентниот раст на осигурувањето од одговорност кон трети лица ги одразува регулаторната усогласеност и стабилноста на пазарот, додека флукуациите во граничните полиси го нагласуваат влијанието на надворешни фактори како што се

ограничувањата за патување. Општите нагорни трендови на премии, продадени полиси и исплатени побарувања укажуваат на здрав и проширен осигурителен пазар во Косово.

Тип на агрегација / вредност во евра	2019	2020	2021	2022	2023
Бруто испишани премии	101 454 364	101 686 198	117 388 259	134 097 865	146 454 071
Животно осигурување	3 455 284	3 575 739	4 849 325	6 377 336	6 599 154
Неживотно осигурување	97 999 080	98 110 459	112 538 934	127 720 528	139 854 917
Бруто исплатени побарувања	51 325 378	49 059 194	61 024 441	64 305 485	71 746 691
Животно осигурување	698 549	923 408	1 111 970	1 148 909	1 488 230
Неживотно осигурување	50 626 829	48 135 390	59 912 471	63 156 576	70 258 461

Табела 1, Бруто испишани премии и исплатени побарувања за периодот 2019-2023 година (во евра)

Табелата погоре ги прикажува бруто испишаните премии и исплатените побарувања од осигурителните компании во Косово. Според податоците, премиите за животно осигурување покажуваат постепен раст од 3.41% во 2019 година на 4.51% во 2023 година. Премиите за неживотно осигурување остануваат доминантен дел, иако нивниот удел малку се намали од 96.59% во 2019 година на 95.49% во 2023 година. Побарувањата за животно осигурување малку се зголемија од 1.36% во 2019 година на 2.07% во 2023 година. Побарувањата за неживотно осигурување остануваат мнозинство, со мало намалување од 98.64% во 2019 година на 97.93% во 2023 година.

Осигурителниот пазар покажува конзистентен раст и во премиите и во побарувањата, што одразува проширен сектор. Животното осигурување постепено станува посигнификантен дел од осигурителното портфолио, и во однос на премиите и во однос на побарувањата. Неживотното осигурување останува главниот сегмент, но неговата доминација малку опаѓа, што укажува на диверзификација на осигурителните производи кои се користат.

Растот на премиите и побарувањата за животно осигурување, иако од помала база, е значителен. Зголениот удел на овој сегмент во вкупните премии сугерира дека се повеќе луѓе ја препознаваат важноста на животното осигурување. Зголемувањето на побарувањата за животно осигурување е исто така во склад со овој раст, што покажува дека се користат повеќе полиси за животно осигурување.

Податоците укажуваат на потенцијални области за раст и диверзификација. На пример, иако животното осигурување расте, сепак претставува мал дел од вкупниот пазар. Можеби постојат понатамошни можности за проширување на овој сегмент преку таргетирано маркетинг или воведување нови производи кои се прилагодуваат на различни демографски групи.

Компанија / вредност во евра	2019	2020	2021	2022	2023
Бруто испишани премии	3 455 284	3 575 739	4 849 325	6 377 336	6 599 154
Illyria Life	2 338 989	2 502 564	3 413 641	4 357 353	4 263 381
Sigal Kosova Life	1 116 295	1 073 176	1 435 684	2 019 983	2 335 774
Бруто исплатени побарувања	698 549	923 804	1 111 970	1 148 909	1 488 230
Illyria Life	513 346	624 531	704 567	789 172	973 100
Sigal Kosova Life	185 203	299 273	407 403	359 737	515 130

Табела 2, Бруто испишани премии и исплатени побарувања за животно осигурување за периодот 2019-2023 година (во евра)

И двете компании, Illyria Life и Sigal Kosova Life, доживеале конзистентен раст во бруто испишаните премии од 2019 до 2023 година. Премиите на Illyria Life постојано се зголемувале со текот на годините, со значителен скок од 2020 до 2021 година и континуиран раст потоа. Sigal Kosova Life, исто така, покажа раст, иако со повеќе флукуирачки модел. Највисоката стапка на раст беше забележана од 2020 до 2021 година.

Во однос на пазарниот удел во бруто испишаните премии, Illyria Life постојано имаше поголем удел во споредба со Sigal Kosova Life во текот на целиот период. Сепак, стапката на раст на Sigal Kosova Life беше значајна, особено од 2020 година натаму, што укажува на потенцијална пазарна конкурентност. 2021 година забележа значително зголемување на бруто испишаните премии за двете компании, што сугерира потенцијална експанзија на пазарот или промени во однесувањето на клиентите. Додека Illyria Life одржуваше повисоки премии, стапката на раст на Sigal Kosova Life беше повисока во процентуални термини, особено во 2021 и 2022 година.

Стапката на пенетрација на животното осигурување во Косово е една од најниските во Западниот Балкан, проценета на околу 0.2% до 0.3% од БДП. Оваа ниска пенетрација го одразува ограничениот развој на пазарот на животно осигурување и релативно ниските нивоа на приходи и финансиска писменост.

Пазарот на животно осигурување во Косово е неразвиен во споредба со другите земји од Западниот Балкан. Се соочува со значителни предизвици, вклучувајќи ниски стапки на пенетрација, ограничена свесност на јавноста и економски ограничувања. Сепак, постојат можности за раст како што се развива економијата на Косово, се подобрува финансиската писменост и се зајакнува регулаторната средина. Пазарот може да стане поатрактивен за странски инвеститори и да види поголемо прифаќање на производи за животно осигурување како што се подобруваат овие услови.

1.2. Осигурителниот пазар на Северна Македонија

Агенцијата за супервизија на осигурување (Insurance Supervision Agency, 2024) е самостојно и независно регулаторно тело на пазарот на осигурување кое врши јавни овластувања на контрола на усогласеност на работењето на друштвата за осигурување и другите субјекти на осигурителниот пазар со важечките прописи, со цел заштита на осигурениците и корисниците на осигурувањето.

Основните цели на АСО, кои се однесуваат на стабилност и развој на пазарот на осигурување, и следење на законитоста на работењето на субјектите кои се предмет на супервизија директно се поврзани со заштитата на потрошувачите односно осигурениците и корисниците на осигурителни производи и услуги.

Основните цели на Агенцијата за супервизија на осигурување (АСО) се утврдени согласно неколку закони, кои пак се основна законска рамка која ги регулира условите и начинот на вршење работи на осигурување и реосигурување, начинот и условите на вршење работи на посредување во осигурувањето и спроведувањето супервизија врз работењето на друштвата за осигурување, осигурително брокерските друштва и друштвата за застапување во осигурување.

На домашниот пазар на осигурување има 18 друштва за осигурување, од кои 12 вршат работи на неживотно осигурување а 6 работи на осигурување на живот. Во доменот на посредувањето, пак, активни се 43 осигурително брокерски друштва, 12 друштва за застапување во осигурување и 8 банки кои вршат работи на застапување во осигурување.

Според податоците на АСО, вкупната бруто полисирана премија (БПП) во 2023 година изнесува 14.344.690 илјади денари, што претставува зголемување за 12,2% во однос на БПП остварена во претходната 2022 година. Во делот за неживотно осигурување, остварена е БПП во износ од 11.856.465 илјади денари, а во 2022 година остварени износ од 10.508.927 илјади денари, односно раст од 12,82% во споредба со 2022 година. Истовремено, кај осигурувањето на живот остварена е БПП во износ од 2.488.225 илјади денари, а во 2022 година 2.276.502 илјади денари, што е пораст од 9,3%.

Друштвата за осигурување на 31.12.2023 година располагале со средства во износ од 33.880.219 илјади денари, кои се зголемени за 11,47% во однос на претходната 2022 година (30.393.398 илјади денари). Вкупниот пресметан капитал на друштвата за осигурување забележува раст од 15% во споредба со 2022 година и, на крајот од 2023 година изнесувал 8.297.733 илјади денари.

Потребното ниво на маргина на солвентност, како главен индикатор за процена на стабилноста на осигурителниот сектор, агрегиран изнесува 2.274.968 илјади денари, со што капиталот на осигурителниот сектор е 3,65 пати над потребното ниво на маргината на солвентност. Општата профитабилност во 2023 година била подобрена во споредба со претходната 2022 година, и тоа во двата пазарни сегмента, неживот и живот.

На осигурителниот пазар во Македонија дејствуваат шест (6) компании за осигурување живот. Сите друштва за осигурување живот бележат раст на БПП, со тоа што растот на водечките две друштва е значително помал од годишниот раст на останатите друштва. Оттука и понатамошното намалување на пазарната концентрација во овој сегмент забележан во 2023 година.

Ред.бр.	Друштво за осигурување	Бруто полисирана премија		Динамика 2023/2022	Учество во вкупната БПП	
		2022	2023		2022	2023
1	Кроација живот	719 735	732 339	1,75%	31,62%	29,43%
2	Граве	504 280	505 169	0,18%	22,15%	20,03%
3	Винер живот	399 652	493 075	23,38%	17,56%	19,82%
4	Триглав живот	367 434	450 391	22,58%	16,14%	18,10%
5	Уника живот	285 401	307 157	7,62%	12,54%	12,34%
6	Прва живот	-	94	-	0,00%	0,00%
Вкупно живот		2 276 502	2 488 225	9,30%	100.00%	100.00%

Табела 3, Бруто премија по друштва за осигурување живот (илјада денари)

Стапката на раст од 9.3% покажува дека пазарот на осигурување на живот се зголемува стабилно, што е позитивен сигнал за осигурителните компании. Тоа укажува на зголемена побарувачка за осигурување на живот или зголемена свесност кај населението за значењето на осигурувањето.

Кроација живот останува лидер на пазарот, но со намалено учество. Нискиот раст од 1.75% во споредба со конкурентите укажува дека компанијата би можела да се соочи со предизвици во задржување на својата доминантна позиција. Граве бележи минимален раст, што е причина за значително намалување на пазарното учество. Ова сугерира дека компанијата би можела да се соочи со силна конкуренција и губење на пазарен удел.

Винер живот е еден од најбрзо растечките компании на пазарот со значителен раст од 23.38%. Ова го поставува како сериозен конкурент и потенцијално водечка компанија во иднина. Триглав живот исто така бележи значителен раст, што укажува на добра пазарна стратегија и зголемена побарувачка за нивните продукти. Компанијата значително ја зголемува својата конкурентност.

Уника живот има умерен раст, но забележува благо намалување на пазарното учество. Ова укажува дека компанијата можеби се соочува со засилена конкуренција и потреба за ревизија на своите пазарни стратегии. Прва живот има минимално присуство на пазарот со бруто полисирана премија од само 94 илјади денари во 2023 година. Компанијата не е присутна на пазарот во 2022 година или има толку мал обем на активности што не се прикажани во табелата за таа година.

Пазарот на осигурување на живот станува се поконкурентен, со неколку компании кои бележат значителен раст на пазарниот удел. Општо земено, пазарот е во пораст, но различните компании имаат различни нивоа на успех. Компаниите кои забележуваат мал раст или намалување на пазарното учество треба да размислат за иновации во продуктите, подобрување на маркетингот, или подобра услуга за корисниците за да го задржат или зголемат својот пазарен удел.

1.3. Осигурителниот пазар на Албанија

Пазарот на осигурување е дел од финансискиот пазар на Република Албанија. До 1999 година беше речиси целосно централизиран пазар со една компанија со целосно државен капитал, која беше наследена од претходниот економски систем. Албанскиот парламент одговорил тогаш на предизвикот на приватизацијата на економијата со усвојување на низа закони за банкарскиот и небанкарскиот финансиски систем.

Имено, во оваа рамка беше усвоен Законот 8081, од 07/03/1996 „За активноста на осигурување и/или реосигурување“. Овој закон тогаш ја создаде потребната правна инфраструктура за создавање и развој на осигурителниот пазар во Албанија. Од 1999 до 2003 година, пазарот на осигурување помина од монополска структура во олигополска структура. Во Албанија нема секундарни пазари. Не постои институција на берза, поради што економијата се потпира целосно на банкарскиот систем (Начелари и други - Naqellari et al. 2014).

Од 2004 година до денес на овој пазар работат 12 компании за осигурување (од кои 12 компании работат во осигурување неживот, а истовремено 4 од нив работат во осигурување живот). Без оглед на овој раст, овој пазар сè уште зависи од осигурувањето на моторни возила. Во споредба со другите структури, овој пазар не зафаќа повеќе од 4% од финансискиот систем во државата.

Осигурителниот пазар во Република Албанија е регулиран од страна на Агенцијата за финансиска супервизија (Autoriteti i Mbikëqyrjes Financiare, 2024), основана во 2006 година, која е јавна институција, независна од извршната власт, одговорна за регулирање и супервизија на небанкарскиот финансиски систем и операторите кои ја вршат својата дејност во овој сектор.

Главната цел на Агенцијата е со помош на правни, административни и информативни средства да ги заштити потрошувачите и да ја одржи стабилноста и транспарентноста во областа на осигурувањето, хартиите од вредност и доброволните приватни пензиски фондови.

Својата цел, Агенцијата ја извршува со наведени активности за супервизија на субјектите, кои произлегуваат од Законот бр. 9752, од 03.07.2006 „За Агенцијата за супервизија на финансиските институции“, изменет и дополнет неколку пати.

Според податоците од годишните Извештаји на Агенцијата за финансиска супервизија, може да се види дека пазарот на осигурување во 2023 година бележи раст од 8.86% повеќе во споредба со 2022 година. Овој раст е значителен, особено ако се земе предвид дека тоа се однесува на целокупниот обем на бруто полисирани премии.

Обемот на бруто полисирани премии се зголемил за 1,864,264 илјади леки, достигнувајќи вкупна вредност од 22,896,993 илјади леки. Ова покажува дека пазарот на осигурување е во подем, со повеќе лица и претпријатија кои купуваат осигурителни полиси.

Година / тип на осигурување	Бруто полисирана премија		Динамика	Учество во вкупната БПП	
	2022	2023		2023/2022	2022
Осигурување живот	1 685 474	1 859 195	10,31%	8,01%	8,12%
Осигурување не-живот	19 297 768	21 023 727	8,94%	91,75%	91,82%
Реосигурување	49 487	14 071	(71,57)	0,24%	0,06%
Вкупно:	21 032 729	22 896 993	8,86%	100.00%	100.00%

Табела 4, Бруто премии по вид на осигурување (илјада леки)

Имено, обемот на бруто полисираните премии во делот осигурување не-живот во 2023 година достигна 21,023,727 илјади леки, што претставува пораст од 8.94% во споредба со една година претходно. Ова покажува дека секторот на не-животно осигурување продолжува да биде доминантен на пазарот. Обемот на бруто полисирани премии во делот осигурување живот достигна 1,859,195 илјади леки во 2023 година, бележејќи пораст од 10.31%. Овој пораст е нешто поголем од оној на не-животното осигурување, што може да укажува на зголемена свест и интерес за животните полиси.

Учество на друштвата на пазарот е различно, при што некои компании забележуваат раст, додека други бележат пад. На пример, за друштвото Sigal Life Uniqa Group Austria, бруто полисираната премија е зголемена од 770 911 илјади леки во 2022 на 824 932 илјади леки во 2023 година, што претставува раст од 7.01%, додека учество во вкупната бруто полисирана премија е намалено од 45,74% на 44,37%. Тоа учество на пазарот малку е опаднато поради побрзиот раст на другите друштва.

Според податоците од табелата, Sigal Life Uniqa Group Austria останува водечка компанија на пазарот, Insig Life бележи најзначаен раст, со големо зголемување на пазарниот удел, што може да укаже на успешни продажни стратегии или зголемена побарувачка, Albsig Life забележува стабилен раст, но нејзиниот пазарен удел останува речиси ист, а Sicred е во пад и губи пазарен удел, што може да укаже на проблеми во работењето или промени на пазарот.

Пазарот на осигурување во Албанија во 2023 година покажа стабилен раст во сите сегменти, со значителен пораст на бројот, однос обемот на полисирани премии. Животното осигурување, иако се уште во сенка на не-животното, бележи позитивен тренд на раст. Со тековниот економски развој, подобрувањата во регулативата и зголемените напори за промовирање на финансиската писменост, пазарот би можел да стане поатрактивен за странски инвеститори и да забележи поголема употреба на производи за животно осигурување онака што тие услови ќе се подобруваат.

1.4. Осигурителниот пазар на Црна Гора

Националното биро на осигурители на Црна Гора (National Bureau of Montenegro Insurers, 2024) е институција формирана со цел остварување на заедничките интереси на друштвата кои вршат задолжителни и други осигурителни дејности во Црна Гора. По прогласувањето на независноста на Црна Гора во мај 2006 година, се појави потреба да се формира институција која на ниво на Црна Гора ќе ги остварува, односно претставува

заедничките интереси на осигурителните друштва, но и да ги штити интересите на самите осигуреници.

Националното биро на осигурители на Црна Гора е основано на 2 април 2007 година со одлука на Собранието кое беше составено од претставници на „Ловќен осигурување“-АД, „Монтенегро осигурување“-АД и „Магнат осигурување“-АД на која беше усвоен и потпишан Договорот за основање на Националното биро. Потоа, Собранието на националното биро на осигурители на Црна Гора беше проширено со членството на Swiss осигурување, Delta Generali и Uniqa осигурување.

Една од поважните цели на НБОЦГ е воспоставување на кодекс на однесување на пазарот на осигурување. Обврска на бирото е да ги забележи сите неправилности и заедно со друштвата за осигурување и надлежните државни институции да ги исправи. Здружението - Националното биро е правно лице кое задолжително се основа со цел остварување на заедничките интереси на друштвата за осигурување кои вршат задолжителни осигурителни дејности во сообраќајот во земјата.

Од друга страна, Агенцијата за надзор на осигурувањето (Insurance Supervision Agency, 2024) е регулаторен орган кој е надлежен за надзор на работењето на друштвата за осигурување и другите правни и физички лица кои обезбедуваат услуги во рамките на дејноста на осигурувањето.

Агенцијата за надзор на осигурување врши надзор на работењето на друштвата за осигурување, филијалите на странски друштва за осигурување, друштвата за посредување во осигурување, друштвата за застапување, претприемачи-застапници во осигурување, агенциите за обезбедување на други услуги во осигурување и други економски друштва, под услов да имаат посебно организиран дел за вршење на тие работи, кој е кадровски и технички опремен за обезбедување на други услуги во осигурување.

Агенцијата е основана од страна на државата Црна Гора во 2007 година во согласност со Законот за осигурување („Службен лист на Република Црна Гора“, бр. 78/06 и 19/07). Агенцијата е самостојно правно лице со овластувања во рамките на својот делокруг и надлежности пропишани со Законот за осигурување и други закони.

Во Република Црна Гора дејствуваат 4 компании за осигурување живот. Според податоците од годишните Извештаји на Агенцијата за надзор на осигурувањето на Црна Гора, може да се види дека пазарот на осигурување во 2023 година бележи раст од 10,3% повеќе во споредба со 2022 година.

Година / тип на осигурување	Бруто полисирана премија		Динамика	Учество во вкупната БПП	
	2022	2023		2023/2022	2022
Осигурување живот	21 374 009	23 622 835	10,5%	19,7%	19,8%
Осигурување не-живот	86 909 262	95 830 890	10,3%	80,3%	80,2%
Вкупно:	108 283 271	119 453 725	10,3%	100.00%	100.00%

Табела 6, Бруто премии по вид на осигурување (евра)

Табелата ги прикажува бруто полисираните премии (БПП) по вид на осигурување за годините 2022 и 2023. Исто така, се споредува динамиката на раст и учеството на секој тип на осигурување во вкупната БПП. Во 2022 година, бруто полисираната премија кај животното осигурување изнесувала 21,374,009 евра, а во 2023 година, таа пораснала на 23,622,835 евра. Ова претставува раст од 10,5% во споредба со претходната година.

Во 2022 година, бруто полисираната премија кај неживотното осигурување изнесувала 86,909,262 евра. Во 2023 година, таа пораснала на 95,830,890 евра, што претставува раст од 10,3% во споредба со претходната година.

Динамиката ја покажува стапката на раст на годишно ниво за секој вид на осигурување. И осигурувањето живот и осигурувањето не-живот имаат слична стапка на раст, при што осигурувањето живот расте малку побрзо со 10,5% во споредба со 10,3% за осигурувањето не-живот.

Во 2022 година, осигурувањето живот учествувало со 19,7% од вкупната БПП. Во 2023 година, ова учество малку се зголемило на 19,8%. Во 2022 година, осигурувањето не-живот учествувало со 80,3% од вкупната БПП. Во 2023 година, ова учество малку се намалило на 80,2%.

И двата сектора на осигурување, и живот и не-живот, покажуваат конзистентен раст во 2023 година во споредба со 2022 година. Меѓутоа, осигурувањето живот бележи малку поголем раст од осигурувањето не-живот. Учество на осигурувањето живот и не-живот во вкупните премии останува релативно стабилно, со минимални промени во нивните придонеси кон вкупната БПП. Осигурувањето живот забележува мало зголемување на пазарниот удел, додека осигурувањето не-живот бележи минимално намалување.

Осигурувањето не-живот доминира на пазарот, сочинувајќи повеќе од 80% од вкупните премии во двете години, што ја нагласува неговата значителност во споредба со осигурувањето живот. Оваа анализа укажува на стабилен и умерено растечки пазар на осигурување, со избалансиран раст меѓу двата сектора на осигурување.

Wiener Städtische е најуспешно друштво во секторот за осигурување живот, со најголем раст и значително зголемување на пазарниот удел. Lovćen и Grawe се стабилни играчи на пазарот, со умерен раст и стабилни пазарни удели. Uniqа се соочува со предизвици, бидејќи забележува намалување и на премиите и на пазарниот удел. Оваа анализа укажува на конкурентен пазар на осигурување живот во кој доминираат неколку клучни играчи, при што некои друштва постигнуваат значителен раст, додека други се соочуваат со падови.

1.5. Осигурителниот пазар на Босна и Херцеговина

Агенцијата за осигурување во Босна и Херцеговина (Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina, 2024) е главната институција за регулирање на дејноста осигурување, која е основана во 2004 година со Законот за Агенцијата за осигурување во Босна и Херцеговина („Службен весник на БиХ“, бр. 12/04).

Целта на Законот за Агенцијата за осигурување во Босна и Херцеговина е Агенцијата, следејќи ги општите цели и принципи, да обезбеди единствена примена на законот за осигурување помеѓу ентитетите, како и постоење на непречена и ефикасна соработка помеѓу агенциите за надзор на осигурувањето во Федерацијата на Босна и Херцеговина и Република Српска, и да обезбеди дека ентитетските закони се применуваат и толкуваат на праведна и единствена основа.

Според податоците од Агенцијата за осигурување во Босна и Херцеговина, во секторот на осигурување во Босна и Херцеговина работат 24 друштва за осигурување и едно друштво за реосигурување со седиште во Федерацијата на Босна и Херцеговина. Од тие 24 друштва за осигурување, 15 се занимавале исклучиво со неживотно осигурување, додека останатите девет друштва биле активни и во животното и во неживотното осигурување.

Година / тип на осигурување	Бруто полисирана премија		Динамика	Учество во вкупната БПП	
	2022	2023	2023/2022	2022	2023
Осигурување живот	188 245 219	199 504 551	5,9%	21,37%	20,27%
Осигурување не-живот	692 811 741	784 526 423	13,2%	78,63%	79,73%
Вкупно:	881 056 961	984 030 974	11,7%	100.00%	100.00%

Табела 7, Бруто премии по вид на осигурување (конвертибилни марки КМ)

Според собраните податоци, вкупната бруто премија во секторот на осигурување во Босна и Херцеговина во 2023 година изнесувала 984.030.976 КМ, што претставува зголемување од 11,7% во однос на 2022 година. Премијата на неживотно осигурување изнесувала 784.526.423 КМ и имала удел во вкупната премија од 79,73%. Премијата на животно осигурување изнесувала 199.504.553 КМ и имала удел во вкупната премија од 20,27%.

Во 2023 година, во Федерацијата на Босна и Херцеговина работеле 10 друштва за осигурување и едно друштво за реосигурување, додека во Република Српска работеле 14 друштва за осигурување. Според доставените податоци, вкупната бруто премија во Федерацијата на Босна и Херцеговина изнесувала 682.450.361 КМ. Во Република Српска, вкупната бруто премија изнесувала 301.580.615 КМ.

Во вкупниот поредок на друштвата за осигурување што работеле во Босна и Херцеговина во 2023 година, според износот на вкупната премија, во делот на осигурување живот, на прво место се наоѓа Уника со вкупна премија од 79.291.068 КМ, потоа следи Граве со вкупна премија од 58.898.584 КМ и на трето место е компанијата Виена со вкупна премија од 48.607.630 КМ. Овие три компании учествуваат со 186.797.282 КМ во делот осигурување живот, односно со 93.6% во вкупната премија на осигурување живот.

Треба да се наведе дека еден дел од компаниите припаѓаат на Федерацијата БиХ, а другиот дел на Република Српска, па затоа во наредните истражувања ќе се образложат подетално сите статистички податоци како кај другите држави од Западен Балкан.

1.6. Осигурителниот пазар на Србија

Народната банка на Србија (National Bank of Serbia, 2024) игра главна улога во надзорот на друштвата за осигурување е зачувување и зајакнување на финансиската стабилност на пазарот на осигурување, како дел од модерен, ефикасен и стабилен финансиски сектор, со цел заштита на правата и интересите на осигурениците и другите корисници на осигурување.

Една од главните цели на НБС е да се обезбеди дека друштвата за осигурување во секој момент ќе бидат финансиски способни и подготвени да ги исполнуваат своите обврски кон осигурениците, корисниците на осигурување и трети оштетени лица, а дека лицата што вршат продажба на осигурување ќе бидат соодветно подготвени да ги задоволат потребите на граѓаните и стопанските субјекти за осигурување.

Според податоците од годишните извештаји на НБС, на крајот на 2023 година, овој дел од финансискиот сектор ги опфаќал следните финансиски институции: 20 банки, 20 друштва за (ре)осигурување, 15 даватели на финансиски лизинг, седум доброволни пензиски фондови, девет платни институции, шест институции за електронски пари и два даватели на услуги поврзани со виртуелни валути.

Исклучиво со осигурителни работи се занимаваат 16 друштва, а само со реосигурителни работи четири друштва. Од друштвата што се занимаваат со осигурителни работи, исклучиво со животното осигурување се занимаваат четири друштва, исклучиво со неживотното осигурување, односно и со животното и неживотното осигурување, се занимаваат по шест друштва.

Во 2023 година, друштвата за осигурување остварија вкупна премија во износ од 155,3 милијарди динари (1,3 милијарди евра или 1,4 милијарди долари), што претставува зголемување од 15,9%. Во структурата на премиите во 2023 година, учеството на неживотните осигурувања изнесувало 80,3%, додека учеството на животните осигурувања се намалило од 21,4% во 2022 година на 19,7% во 2023 година, како резултат на поголемиот номинален раст на премиите на неживотните осигурувања (18,6%) во споредба со растот на премиите на животните осигурувања (6,3%).

Година / тип на осигурување	Бруто полисирана премија		Динамика	Учество во вкупната БПП	
	2022	2023		2023/2022	2022
Осигурување живот	28 705 002	30 510 071	6,28%	21,43%	19,65%
Осигурување не-живот	105 220 041	124 744 658	18,55%	78,57%	80,35%
Вкупно:	133 925 043	155 254 729	%	100.00%	100.00%

Табела 8, Бруто премии по вид на осигурување (илјада динари)

Во двата анализирани години, неживотното осигурување доминира со учество од над 78%. Животното осигурување, иако има значајна улога, се соочува со намалено учество и помала динамика на раст, што укажува дека фокусот на пазарот во последните години се повеќе се префрлува кон неживотните полиси.

Пазарот на осигурување расте, но главната движечка сила е неживотното осигурување, кое има многу поголем раст и учество во вкупната премија. Животното осигурување бележи забавен раст и губи дел од пазарното учество. Тоа може да биде сигнал за компании кои нудат вакви услуги да иновираат или да вложат повеќе во промоција на животното осигурување.

Србија е водечка земја во Западен Балкан во однос на развојот на осигурителниот пазар, вклучувајќи го и животното осигурување. Нејзината релативно повисока стапка на пенетрација, поголемата големина на пазарот и тековните регулаторни реформи ја позиционираат како најразвиен осигурителен пазар во регионот. Како што Србија продолжува да се развива економски и да се усогласува со стандардите на ЕУ, се очекува нејзиниот осигурителен пазар понатаму да расте, привлекувајќи и домашни и меѓународни инвестиции.

2. Методологија на истражувањето

2.1. Собирање податоци и примерок

Методологијата на овој труд се базира на проучување на литературата и емпириското истражување. Проучувањето на литературата се однесува на користење на секундарните податоци како што се: книги, научни списанија, официјални публикации, веб-страници и слично. Емпирискиот дел од ова истражување има за цел да го надополни теоретскиот дел на истражувањето, но и да ја идентификува реалната ситуација

состојбата со осигурителниот пазар во делот на животното осигурување, за земјите од Западен Балкан каде спаѓа и Република Косово.

На овој начин, во нашето истражување употребени се неколку техники и алатки кои произлегуваат од координирањето на прегледот на литературата, креирањето и доставувањето на прашалници и анализа, односно интерпретација на добиените резултати од теренското истражување.

Во нашето истражување ја искористивме анкетата како техника, со помош на анкетни прашалници, затоа што овозможува брзо и квантитативно прибирање релевантни податоци. Нашата цел беше да се соберат голем број податоци од анкетираниите субјекти, но и да се стекне увид во ставовите и мислењата на засегнатите страни, односно субјекти.

За реализација на истражувањето во овој труд и поради добивање на поточни резултати се искористи лично интервју со помош на однапред изготвен прашалник, за менаџерите на 10 осигурителните компании во Косово, но и за 429 испитаници по случаен избор во најголемите градови на Косово (Приштина, Призрен, Феризај, Гакова и Пеја).

Прашалниците се составени од повеќе прашања, кои се структурирани, прашања кои се затворени и за тие прашања испитаниците треба да дадат одговор со одбирање однапред дадени одговори, неколку прашања се од типот на листи (се одбира кој било одговор), други прашања се категоризирани (се селектира само еден одговор, да или не), и прашања со рангирање.

За реализација на ова истражување и поради добивање на точни резултати се искористија 2 посебни прашалници, составени од 22 прашања, односно 20 прашања соодветно. Примерокот на ова истражување е во согласност со предметот што се истражува, а во зависност од располагањето со податоци. Популацијата која е предмет во ова истражување се 10 менаџери и 429 испитаници.

Анкетниот прашалник е спроведен во временскиот период од 01.03. до 15.07.2024 година, затоа што било потребно подолго време за запишување на одговорите на испитаниците, но и поради големиот број на испитаници.

2.2. Поставување хипотези

Во истражувањето на трудот тргнуваме од поставувањето на следните хипотези:

- H₀: Развојот на пазарите за осигурување на живот во Западен Балкан е значително под влијание на економските, политичките и регулаторните фактори на земјите од овој регион.
- H₁: Ставовите (свеста) кон осигурувањето играат критична улога во усвојувањето и растот на производите за осигурување на живот во земјите од Западен Балкан.
- H₂: Можностите за развој на секторот за осигурување на живот претставуваат фактор на привлекување на инвестиции во осигурителниот пазар во земјите од Западен Балкан.

Токму целта на ова истражување е да се анализира развојот на пазарите за осигурување на живот во Западен Балкан, идентификувајќи ги клучните фактори кои влијаат на нивниот раст и споредувајќи ги со поразвиените пазари во Западна Европа. Оваа студија има за цел да даде увид во предизвиците и можностите во секторот за осигурување на живот во овие земји, придонесувајќи кон разбирањето на тоа како

економските, политичките, културните и/или регулативните фактори го обликуваат пазарот во овој регион.

3. Резултати од истражувањето

Дескриптивната (описна) анализа на статистичките податоци помага да се опишат и разберат карактеристиките на одредена група на податоци со давање на кратко резиме, односно објаснување за примерокот (популацијата) на истражувањето, како и мерењето, односно мерките кои произлегуваат од анализирањето на тие податоци.

За целите на ова истражување, при дескриптивната анализа на податоците, ќе ја користиме проценката на централната тенденција (аритметичката средина, медијаната и модалната вредност) и мерките на варијабилноста (стандардната девијација, варијансата и опсегот).

3.1. Социо-демографски карактеристики на испитаниците

Во табела 9 се прикажани различните социо-демографски карактеристики на испитаниците кои се вклучија во теренското истражување.

Социо-демографија	Фреквенција - f	Процент - %
Вкупно учесници:	439	100,00
Пол:		
- Машки	301	68,6
- Женски	138	31,4
Возраст (години):		
- 18-29	34	7,8
- 30-39	51	11,6
- 40-49	72	16,4
- 50-59	163	37,1
- 60 и повеќе	119	27,1
Ниво на образование:		
- Основно	62	14,1
- Средно	84	19,1
- Додипломско	266	60,6
- Последипломско	27	6,2
Занимање:		
- Ученик/студент	22	5,1
- Вработен	304	69,2
- Пензиониран	103	23,5
- Друго	10	2,2
Економско/финансиска состојба		
- Ниски доходи	113	25,7
- Средни доходи	296	67,5
- Високи доходи	30	6,8

Табела 9, Социо-демографски карактеристики на испитаниците

Според податоците во табелата може да се забележи дека примерокот се состои од 68,6% машки испитаници и 31,4% женски испитаници. Ова укажува на значителен родов дисбаланс, што може да влијае на репрезентативноста на податоците во зависност од целната популација.

Најголемата возрасна група е 50-59 години, со 37,1% од примерокот, а следат испитаниците на возраст од 60 и повеќе години со 27,1%. Ова сугерира дека мнозинството од испитаниците се на средна возраст или постари. Помладите испитаници (18-29 години) сочинуваат само 7,8% од примерокот, што укажува на можна недоволна застапеност на помладата демографска група.

Мнозинството од испитаниците (60,6%) имаат додипломско образование, што укажува на високо образована популација. Средното образование е застапено кај 19,1%, а само 14,1% од испитаниците имаат основно образование, додека постдипломско образование имаат 6,2%.

Повеќето испитаници се вработени (69,2%), додека 23,5% се пензионирани, а само 5,1% се ученици или студенти. Оваа висока стапка на вработеност може да се поврзе со повисоки нивоа на приходи и свесност за осигурувањето.

Мнозинството (67,5%) пријавуваат средни приходи, додека 25,7% пријавуваат ниски приходи, а само 6,8% се во категоријата на високи приходи. Оваа дистрибуција сугерира дека пазарот за осигурување на живот може да биде попростапен за лица со средни приходи.

Анализата на кластерите резултираше со групирање на социо-демографските податоци во три кластери. Овие кластери можат да помогнат при приспособување на производите за осигурување на живот и маркетинг стратегиите кон различни сегменти врз основа на нивните карактеристики.

3.2. Тестирање на поставените хипотези

Поради потребите на нашето истражување, направено е тестирање на хипотезите врз основа на прашањата поставени во прашалниците, посебно за менаџерите на осигурителните компании и посебно за испитаниците по случаен избор.

За тестирање на првата посебна хипотеза H_1 : “Ставовите (свеста) кон осигурувањето играат критична улога во усвојувањето и растот на производите за осигурување на живот во земјите од Западен Балкан“ е направена анализа на 16-тото и 17-тото прашање од анкетниот прашалник кои се однесува на мислењето на испитаниците (потенцијалните осигурени лица) за осигурување живот.

Во следните две табели дадена е крос-табулациска анализа на ставовите на субјектите во однос на нивниот став “Дали мислите дека треба да осигурите вашиот живот и/или на вашето семејство?“,

		Дали мислите дека треба да осигурите вашиот живот и/или на вашето семејство		Вкупно
		Да	Не	
Тип на субјект	Испитаници/граѓани	214	215	429
	Осигурителни компании	10	0	10
Вкупно		224	215	439

Табела бр.10, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.16

	Вредност	Разлика	Асимптотска важност (2-страна)
Пирсон Хи-квадрат	7.92	1	0.00489
Стапка на веројатност	N/A	N/A	N/A

Линеарна-линеарна асоцијација	7.92	1	0.00489
Број на валидни случаи	439	N/A	N/A

Табела бр.11, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

Од претходните две табели може да се заклучи дека испитаниците и осигурителните компании значително се разликуваат во нивните ставови кон осигурувањето на живот. Испитаниците имаат приближно еднаква поделба меѓу „Да“ и „Не“, додека осигурителните компании едногласно се согласуваат дека осигурувањето на живот е важно. Оваа анализа може да сугерира дека граѓаните имаат поделени ставови кон осигурувањето, додека професионалците од осигурителните компании имаат позитивен став за потребата од осигурување.

Ова може да се должи на различни фактори како економска состојба, недоволно разбирање за придобивките од осигурувањето, или недоверба кон осигурителните компании. Неопходно е подлабоко истражување за да се утврди зошто некои граѓани не сметаат дека е важно да осигураат живот. Професионалците од индустријата имаат длабоко разбирање за ризиците и придобивките од осигурувањето. Нивните ставови се очекувани, бидејќи осигурувањето на живот е клучен дел од нивната професионална ориентација.

Во следните две табели се дадени резултатите од вкрстување на прашањето “Доколку постојат подобри економски, политички и регулативни услови, дали ќе го осигурите вашиот живот и/или на вашето семејство“, кое прашање е број 17.

		Доколку постојат подобри економски, политички и регулативни услови, дали ќе го осигурите вашиот живот и/или на вашето семејство			Вкупно
		Да	Не	Не знам	
Тип на субјект	Испитаници/граѓани	336	52	41	429
	Осигурителни компании	10	0	0	10
Вкупно		346	52	41	439

Табела бр.12, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.17

	Вредност	Разлика	Асимптотска важност (2-страна)
Пирсон Хи-квадрат	2.75	2	0.25277
Стапка на веројатност	N/A	N/A	N/A
Линеарна-линеарна асоцијација	2.75	2	0.25277
Број на валидни случаи	N/A	N/A	N/A

Табела бр.13, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

Од резултатите може да се заклучи дека Пирсон Хи-квадрат резултатот и р-вредноста (р-вредност од 0.25277 е поголема од 0.05), покажуваат дека нема статистички значајна разлика меѓу типовите на субјекти. Стапката на веројатност не е применета, бидејќи не беше потребна во овој контекст. Пирсон Хи-квадрат тестот веќе дава доволно информации за да се утврди дали има значајна поврзаност.

Линеарната асоцијација, која е идентична со Пирсон Хи-квадрат во овој случај, исто така укажува дека нема значајна поврзаност меѓу типовите на субјекти и нивните одговори. Резидуалите (разлики меѓу набљудуваните и очекуваните вредности) се мали,

што покажува дека одговорите на испитаниците и осигурителните компании не се многу различни од очекуваните вредности.

Резултатите покажуваат дека, иако осигурителните компании покажуваат целосна поддршка за осигурувањето, а испитаниците имаат повеќе различни одговори, нема значајна статистичка разлика меѓу нивните одговори. Ова значи дека подобрите економски, политички и регулативни услови би имале слично влијание врз двата типа на субјекти.

Испитаниците имаат поголема варијација во одговорите, но таа варијација не е доволна за да создаде статистички значајна разлика во однос на осигурителните компании, кои сите одговориле „Да“. Иако граѓаните се под влијание на економските, политичките и регулативните услови, анализата покажува дека, воопшто, субјектите имаат слични ставови кон осигурувањето доколку овие услови се подобрат.

Врз основа на анализата на претходните две прашања може да заклучиме дека хипотезата H_1 тврди дека ставовите (свеста) кон осигурувањето играат критична улога во усвојувањето и растот на производите за осигурување на живот во земјите од Западен Балкан. Анализа на прашањето бр.16 покажа значајна разлика (p-вредност 0.00489) меѓу ставовите на испитаниците/граѓаните и претставниците на осигурителните компании.

Имено, постои значајна статистичка разлика меѓу граѓаните и осигурителните компании во однос на осигурувањето на живот. Осигурителните компании имаат едногласна поддршка за осигурувањето, додека граѓаните имаат поделени ставови. Ова ја поддржува хипотезата H_1 , бидејќи ставовите на субјектите се критичен фактор во усвојувањето на осигурителните производи.

Анализата на прашањето бр.17 (според p-вредноста од 0.25277 покажа дека нема значајна разлика меѓу ставовите на граѓаните и осигурителните компании во однос на осигурувањето во подобри економски и политички услови. Ова укажува дека подобрите услови не се критичен фактор што ја одредува свеста и ставовите кон осигурувањето.

За да ја потврдиме H_1 хипотезата, треба да покажеме дека ставовите (свеста) кон осигурувањето играат критична улога во усвојувањето и растот на производите за осигурување на живот во земјите од Западен Балкан. Ова може да го направиме преку статистички тестови и анализа на податоци кои го поддржуваат влијанието на ставовите врз одлуките за осигурување.

Хипотезата може да се потврди доколку теоријата за осигурителното однесување и психолошките фактори што влијаат на одлуките (на пример, финансиска писменост, доверба во осигурителните компании, и перцепција за ризик) покажуваат дека ставовите кон осигурувањето имаат значително влијание врз одлуката за осигурување.

Дополнително, може да се потврди хипотезата преку примери од други пазари или истражувања, каде што ставовите и свеста кон осигурувањето се покажале како клучен фактор за усвојување на осигурителни производи. Можеме да заклучиме дека ставовите кон осигурувањето играат критична улога. Ова го поддржува ПРИФАКАЊЕТО на помошната хипотеза H_1 .

За втората посебна хипотеза “Можностите за развој на секторот за осигурување на живот претставуваат фактор на привлекување на инвестиции во осигурителниот пазар во земјите од Западен Балкан “ направена е вкрстена анализа на субјектите со прашањето 17 и 18.

Првото вкрстување е направено за прашањето бр.17, а кое се однесува на тоа: “Дали Вие како субјекти од областа на осигурувањето мислите дека постојат можности за развој на осигурителниот пазар во вашата земја?“ Резултатите се дадени во следните две табели:

		Дали Вие како субјекти од областа на осигурувањето мислите дека постојат можности за развој на осигурителниот пазар во вашата земја		Вкупно
		Да	Не	
Тип на субјект	Осигурителни компании	8	2	10
Вкупно		8	2	10

Табела бр.14, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.17

	Вредност	Разлика	Асимптотска важност (2-страна)
Пирсон Хи-квадрат	0.0	0	1.0
Стапка на веројатност	N/A	N/A	N/A
Линеарна-линеарна асоцијација	0.0	0	1.0
Број на валидни случаи	10	N/A	N/A

Табела бр.15, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

Според резултатите од табелата може да се забележи дека бидејќи р-вредноста е 1.0, што е многу поголема од 0.05, нема статистички значајна разлика меѓу одговорите „Да“ и „Не“. Ова значи дека резултатите не поддржуваат постоење на разлика во ставовите за осигурувањето како фактор на привлекување инвестиции.

Пирсон Хи-квадрат со вредност 0.0 означува дека набљудуваните вредности целосно се поклопуваат со очекуваните, што значи дека нема варијација или разлика меѓу одговорите. Вредноста на линеарна-линеарната асоцијација, идентична со Пирсон Хи-квадрат, покажува дека нема линеарна поврзаност меѓу категориите на одговори.

Бидејќи примерокот е многу мал, тоа дополнително влијае врз способноста на Chi-Square тестот да утврди статистички значајна разлика. тоа значи дека резидуалите се нула, односно очекуваните и набљудуваните вредности целосно се поклопуваат. Ова укажува дека не постои варијација во ставовите на компаниите.

Второро вкрстување е прашањето бр. 18: “Дали Вие како субјекти од областа на осигурувањето сакате да инвестирате на осигурителниот пазар во вашата земја?” Резултатите се дадени во следните две табели:

		Дали Вие како субјекти од областа на осигурувањето сакате да инвестирате на осигурителниот пазар во вашата земја		Вкупно
		Да	Не	
Тип на субјект	Осигурителни компании	10	2	10
Вкупно		10	2	10

Табела бр.16, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.18

	Вредност	Разлика	Асимптотска важност (2-страна)
Пирсон Хи-квадрат	0.0	0	1.0
Стапка на веројатност	N/A	N/A	N/A
Линеарна-линеарна асоцијација	0.0	0	1.0
Број на валидни случаи	10	N/A	N/A

Табела бр.17, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

Според податоците од табелата, ова значи дека нема никаква разлика меѓу набљудуваните и очекуваните вредности. Со други зборови, набљудуваните податоци целосно се совпаѓаат со очекуваните вредности. Ова покажува дека сите одговори „Да“ се очекувани и дека нема варијации кои би воделе до статистички значајна разлика.

P-вредноста од 1.0 покажува дека нема статистички значајна разлика меѓу групите на испитаници („Да“ и „Не“). Ова значи дека резултатите од анализата не укажуваат на варијација која би довела до различен став меѓу осигурителните компании. Сите испитаници одговориле „Да“, што создава целосен консензус.

Ова е вкупниот број на испитаници (осигурителни компании) кои одговориле на прашањето. Со оглед на малата големина на примерокот, ова може да влијае врз статистичката моќ на тестот. Сепак, целосниот консензус (100% одговори „Да“) покажува дека сите испитаници се согласуваат во однос на прашањето.

Оваа анализа покажува дека нема значајна разлика меѓу ставовите на осигурителните компании во однос на тоа дали можностите за развој на секторот за осигурување влијаат врз привлекувањето инвестиции. Според податоците, сите осигурителни компании одговориле во насока на поддршка на развојот, што сугерира дека постои консензус по ова прашање.

Хипотезата H_2 не може да се потврди врз основа на овие резултати. Иако е важно да се разгледа развојот на секторот за осигурување, нема доволно статистички докази од податоците за да се потврди дека овие можности значајно влијаат на ставовите на осигурителните компании.

Бидејќи p-вредноста е значително поголема од 0.05, не можеме да потврдиме дека постои значајна поврзаност меѓу можностите за развој на осигурителниот сектор и привлекувањето инвестиции. Поради тоа, SE $OTFRJA$ хипотезата H_2 .

За да ја утврдиме состојбата со основната хипотеза H_0 во истражувањето, која гласи: „Развојот на пазарите за осигурување на живот во Западен Балкан е значително под влијание на економските, политичките и регулаторните фактори на земјите од овој регион“, треба да ги земеме предвид податоците и резултатите од истражувањето што се прикажаа погоре во текстот. Основната хипотеза ќе се потврди или отфрли во зависност од анализата на резултатите од тестовите.

Во претходните анализи за другите хипотези, се гледа дека некои фактори, како економските и регулаторните услови, немаат значително влијание врз ставовите на осигурителните компании, според резултатите од Chi-Square тестовите (p-вредноста е поголема од 0.05). Ова укажува дека тие фактори, според испитаниците, не се одлучувачки за усвојувањето на производите за осигурување на живот.

Поради тоа што резултатите не покажуваат значајна поврзаност меѓу развојот на осигурителниот сектор и економските, политичките и регулаторните услови, можеме да заклучиме дека основната хипотеза H_0 SE $OTFRJA$. Податоците не даваат доволно докази дека овие фактори значително влијаат врз развојот на осигурителниот пазар во регионот. Потребно е понатамошно истражување со поголем примерок за да се добијат посигурни податоци за влијанието на економските и регулаторните фактори врз осигурителниот сектор.

4. Заклучоци

Пазарот на осигурување на живот во Западен Балкан е значително недоволно развиен во споредба со Западна Европа, но има позитивни трендови на умерен раст. Различните компании во регионот бележат различни резултати во однос на успехот, при

што некои постигнуваат значителен раст, додека други се соочуваат со падови. Косовскиот пазар се наоѓа во фаза на почетен развој, а новите компании на пазарот играат важна улога во зголемувањето на пазарниот удел.

Пазарот е високо конкурентен, со неколку клучни играчи кои доминираат, но растот е избалансиран меѓу животното и неживотното осигурување. Компаниите кои покажуваат мал раст или намалување на пазарниот удел треба да разгледаат иновативни производи, подобрување на маркетингот и зголемување на услугите за корисници за да го зголемат својот пазарен удел.

Сметаме дека компаниите треба да се фокусираат на едукација на населението за придобивките од осигурувањето, особено кај помладите и помалку информираните групи. Потребата од зголемена финансиска писменост е важна за зголемување на свеста за осигурителните производи, особено за осигурувањето на живот.

Инвестирањето во дигитални платформи за осигурување и управување со клиенти ќе овозможи поефикасно опслужување на корисниците. Компаниите треба да разгледаат воведување на мобилни апликации и онлајн платформи за полесно купување на осигурувања и управување со полисите.

За да привлечат повеќе клиенти, осигурителните компании треба да се насочат кон иновативни осигурителни производи, кои се прилагодени на потребите на различни демографски групи. Ова вклучува понуда на флексибилни полиси, краткорочни осигурувања или осигурувања за специфични настани или потреби.

Компаниите треба да работат на зголемување на довербата на јавноста преку транспарентност во однос на условите за осигурување и леснотија на исплата на оштетни побарувања. Подобрување на комуникацијата со клиентите и појаснување на процедурите ќе ја зајакне довербата во компаниите.

За поефикасно искористување на можностите за раст, осигурителните компании треба да размислат за регионална соработка и создавање партнерства со компании од соседните земји. Ова може да доведе до подобра конкурентност и поделба на ризикот, како и зголемена пазарна присутност.

Потребна е поголема инвестиција во маркетинг и рекламирање, особено насочени кон младата популација и семејствата со средни приходи. Емоционално насочени маркетинг кампањи кои го потенцираат значењето на осигурувањето на живот и сигурноста што ја носи ќе помогнат во зголемување на побарувачката.

Овие препораки се насочени кон подобрување на пазарната позиција на осигурителните компании во Западен Балкан преку иновации, финансиска едукација и зголемена транспарентност. Регионалната соработка и фокусот на дигитални решенија се клучни за зголемување на конкурентноста и привлекување нови клиенти.

5. Користена литература

Agrawal, V., Balasubramanian, R., Bernard, P.I., Cook, K. C., de Combles de Nayves, H., Gestal, A., & Kotanko, B. (2023). Global insurance report 2023: Reimagining life insurance. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-insurance-report-2023-reimagining-life-insurance>

Beattie, A. (2023). The History of Insurance: From Ancient Babylonia to the American Colonies.

Black, K. Jr., & Skipper, H. D. (2000). Life Insurance. Prentice Hall.

Black, K., & Skipper, H. D. (2020). Life Insurance. Pearson Education

Bluhm, W. F. (2012). Group Insurance. ACTEX Publications.

- Fischer, S. (2020). *Understanding Life Insurance: A Comprehensive Guide*. Cambridge University Press.
- Kagan, J. (2018). *The Basics of Life Insurance*. McGraw-Hill.
- Liran, H. (2020). *Myths and Realities of Life Insurance: A Comprehensive Guide*. McGraw-Hill
- Milevsky, M. A. (2019). *The 7 Most Important Equations for Your Retirement*. John Wiley & Sons.
- Naqellari A., Hoti A., Angjeli G. (2014). Tregu i sigurimeve në Shqipëri: Shkalla e përqëndrimit dhe pasojat në ekonomi, Konferenca e shtatë Ndërkombëtare: Roli, Kompetencat dhe Përgjegjësitë e Institucioneve Publike në krijimin e hapësirave të reja drejt integritimit Evropian, Kolegji Globus, Prishtinë, 2014 (<http://www.kolegjiglobus.com/wp-content/uploads/2017/10/Conferevce-VII-27.pdf>)
- Outreville, J. F. (1998). *Theory and Practice of Insurance*. Kluwer Academic Publishers.
- Rejda, G. E., & McNamara, M. J. (2014). *Principles of Risk Management and Insurance*. Pearson.
- Rejda, G. E., & McNamara, M. J. (2021). *Principles of Risk Management and Insurance*. Pearson Education
- Siegert, S., & Adkins, T. (2019). *Life Insurance Strategies and Concepts*. Wiley
- Swiss Re. (2023). *Global Insurance Review and Outlook*. Swiss Re Institute.
- Zekaj B. (2020). *Ndikimi i industrisë së sigurimeve në zhvillimin ekonomik të vendit: Rast studimi – Kompanitë e sigurimeve në Kosovë, Tezë e Doktoraturës, Universiteti Evropian i Tiranës, Tiranë 2020,*
<https://bks-ks.org> (Official website of the Kosovo Insurance Bureau)
<https://bqk-kos.org> (Official website of the Central Bank of Kosovo)
<https://aso.mk> (Official website of the Insurance Supervision Agency of the Republic of North Macedonia)
<https://amf.gov.al> (Official website of the Financial Supervisory Authority of the Republic of Albania)
<https://www.nbocg.me> (Official website of the National Bureau of Montenegro Insurers)
<https://www.ano.me> (Official website of the Insurance Supervision Agency of Montenegro)
<http://www.azobih.gov.ba> (Official website of the Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina)
<https://www.nbs.rs> (Official website of the National Bank of Serbia)