

UDK 37

ISSN 2545 - 4439  
ISSN 1857 - 923X

# INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

# KNOWLEDGE



**Scientific Papers**

**Vol. 23. 1.**

**SOCIAL SCIENCES**



**KIJ**

**Vol. 23**

**No. 1**

**pp. 1-390**

**Skopje 2018**

Global Impact & Quality Factor 1.322 (2016) <http://globalimpactfactor.com/knowledge-international-journal/>





***INTERNATIONAL JOURNAL  
SCIENTIFIC PAPERS  
VOL 23.1***

***Promoted in Budva, Montenegro***

***24-27.05.2018***



KNOWLEDGE – International Journal

Vol. 23.1

Budva, Montenegro, May, 2018

---

INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

SKOPJE, MACEDONIA



# KNOWLEDGE

**International Journal Scientific papers Vol. 23.1**

## ADVISORY BOARD

Vlado Kambovski PhD, Robert Dimitrovski PhD, Siniša Zarić PhD, Maria Kavdanska PhD, Venelin Terziev PhD, Mirjana Borota – Popovska PhD, Cezar Birzea PhD, Ljubomir Kekenovski PhD, Aleksandar Nikolovski PhD, Veselin Videv PhD, Ivo Zupanovic, PhD, Savo Ashtalkoski PhD, Svetlana Trajković PhD, Zivota Radosavljević PhD, Lasta Spasovski PhD, Mersad Mujevic PhD, Nonka Mateva PhD, Rositsa Chobanova PhD, Predrag Trajković PhD, Dzulijana Tomovska PhD, Nedzat Koraljić PhD, Nebojsa Pavlović PhD, Nikolina Ognenska PhD, Baki Koleci PhD, Lisen Bashkurti PhD, Trajce Dojcinovski PhD, Jana Merdzanova PhD, Zoran Srzentić PhD, Nikolai Sashkov Cankov PhD, Marija Kostic PhD

**Print:** GRAFOPROM – Bitola

**Editor:** IKM – Skopje

### **Editor in chief**

Robert Dimitrovski, PhD

**KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 23.1**

**ISSN 1857-923X** (for e-version)

**ISSN 2545 – 4439** (for printed version)



**SCIENTIFIC COMMITTEE**

**President:** Academic, Prof. Vlado Kambovski PhD, Skopje (Macedonia)

**Vice presidents:**

Prof. Robert Dimitrovski PhD, Institute of Knowledge Management, Skopje (Macedonia)

Prof. Sinisa Zaric, PhD, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade (Serbia)

Prof. Venelin Terziev PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)

**Members:**

- Prof. Aleksandar Nikolovski PhD, FON University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Aleksandar Korablev PhD, Dean, Faculty for economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Antoanela Hristova PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Anka Trajkovska-Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolver Hampton, (United Kingdom)
- Prof. Ana Dzumalievva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Branko Sotirov PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)
- Prof. Branko Boshkovic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Baki Koleci PhD, University Hadzi Zeka, Peja (Kosovo)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of Law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (Macedonia)
- Prof. Cezar Birzea, PhD, National School for Political and Administrative Studies, Bucharest (Romania)
- Prof. Cvetko Andreevski, Dean, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dimitar Radev, PhD, Rector, University of Telecommunications and Post, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Daniela Todorova PhD, Rector of “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Daniela Ivanova Popova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Dean, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola(Macedonia)
- Prof. Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)

- 
- Prof. Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
  - Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
  - Prof. Hristina Georgieva Yancheva, PhD, Rector, Agricultural University, Plovdiv (Bulgaria)
  - Prof. Hristo Beloev PhD, Bulgarian Academy of Science, Rector of the University of Rousse (Bulgaria)
  - Prof. Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
  - Prof. Izet Zeqiri, PhD, Academic, SEEU, Tetovo (Macedonia)
  - Prof. Ivan Marchevski, PhD, Rector, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
  - Doc. Igor Stubelj, PhD, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
  - Prof. Ivan Petkov PhD, Rector, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
  - Prof. Isa Spahiu PhD, AAB University, Prishtina (Kosovo)
  - Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, Podgorica (Montenegro)
  - Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
  - Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
  - Prof. Jove Kekenovski PhD, Faculty of Tourism, UKLO , Bitola (Macedonia)
  - Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
  - Prof. Jelena Stojanovic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
  - Prof Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)
  - Prof. Katerina Belichovska, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Krasimir Petkov, PhD, National Sports Academy “Vassil Levski”, Sofia (Bulgaria)
  - Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
  - Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
  - Prof. Lence Mircevska PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
  - Prof. Ljubomir Kekenovski PhD, Faculty of Economics, UKIM, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
  - Prof. Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
  - Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
  - Prof. Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
  - Prof. Mirjana Borota-Popovska, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Mihail Garevski, PhD, Institute of Earthquake Engineering and Engineering Seismology, Skopje (Macedonia)



- 
- Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Mitko Kotochevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
  - Prof. Marija Topuzovska-Latkovikj, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
  - Prof. Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
  - Prof. Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)
  - Prof. Marija Mandaric PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
  - Prof. Mustafa Kacar PhD, Euro College, Istanbul (Turkey)
  - Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
  - Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
  - Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
  - Prof. Miodrag Smelcerovic PhD, High Technological and Artistic Vocational School, Leskovac (Serbia)
  - Prof. Nadka Kostadinova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
  - Prof. Nenad Taneski PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Nevenka Tatkovic PhD, Juraj Dobrila University of Pula, Pula (Croatia)
  - Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
  - Prof. Nikolay Georgiev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
  - Prof. Nikolina Ognenska PhD, Faculty of Music, SEU - Blagoevgrad (Bulgaria)
  - Prof. Nedzat Korajlic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
  - Prof. Nishad M. Navaz PhD, Kingdom University (India)
  - Prof. Oliver Iliev PhD , Faculty of Communication and IT, FON University, Skopje (Macedonia)
  - Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
  - Prof. Paul Sergius Koku, PhD, Florida State University, Florida (USA)
  - Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
  - Prof. Predrag Trajkovic PhD, JMPNT, Vranje (Serbia)
  - Prof. Petar Kolev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
  - Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics, University of Novi Sad, Subotica (Serbia)
  - Prof. Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
  - Prof. Rositsa Chobanova PhD, University of Telecommunications and Posts, Sofia (Bulgaria)
  - Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
  - Prof. Rumen Stefanov PhD, Dean, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)
  - Prof. Sasho Korunoski, Rector, UKLO, Bitola (Macedonia)
  - Prof. Sashko Plachkov PhD, Faculty of Pedagogy, University Neofit Rilski, Blagoevgrad

(Bulgaria)

- Prof. Sreten Miladinovski, PhD, Dean, Faculty of Law, MIT University (Skopje)
- Prof. Snezhana Lazarevic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Stojan Ivanov Ivanov PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Snezana Stoilova, PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Sandra Zivanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Shyqeri Kabashi, College “Biznesi”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Trayan Popkochev PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Todor Krystevich, Vice Rector, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Todorcka Atanasova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Doc. Tatyana Sobolieva PhD, State Higher Education Establishment Vadiym Getman Kiyev National Economic University, Kiyev (Ukraine)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity , Sofia (Bulgaria)
- Prof. Tosko Krstev PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting, Zagreb (Croatia)
- Prof. Violeta Dimova PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)
- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Vladimir Lazarov PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Vasil Zecev PhD, College of tourism, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Venus Del Rosario PhD, Arab Open University (Philippines)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Zlatko Pejkov, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevik PhD, Dean, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

**EDITORIAL REVIEW BOARD**

- Robert Dimitrovski PhD, Institute of Knowledge Management, Skopje (Macedonia)
- Sinisa Zaric, PhD, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade (Serbia)
- Venelin Terziev PhD, University of Rousse (Bulgaria)
- Mersad Mujevic, PhD, Podgorica (Montenegro)
- Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Ana Dzumalieva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Aleksandar Nikolovski PhD, FON University, Skopje (Macedonia)
- Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (Macedonia)
- Branko Boskovic PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Bulgaria)
- Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Dimitar Radev, PhD, Rector, University of Telecommunications and Post, Sofia (Bulgaria)
- Dzulijana Tomovska, PhD, Dean, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola(Macedonia)
- Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Evdokia Petkova, South West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
- Ivan Marchevski, PhD, Rector, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Izet Zeqiri, PhD, South East European University, Tetovo (Skopje)
- Isa Spahiu PhD, International Balkan University (Macedonia)
- Jove Kekenovski PhD, Faculty of Tourism, UKLO , Bitola (Macedonia)
- Krasimira Staneva, PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
- Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (Macedonia)
- Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
- Ljubomir Kekenovski PhD, Faculty of Economics, UKIM, Skopje (Macedonia)
- Marios Miltiadou, PhD, Aristotle University of Thessaloniki (Greece)
- Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
- Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
- Mitko Kotovchevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (Macedonia)
- Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)

- Mirjana Borota – Popovska, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (Macedonia)
- Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Nikolina Ognenska PhD, Faculty of Music, SEU - Blagoevgrad (Bulgaria)
- Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
- Snežana Milićević PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjačka Banja (Serbia)
- Trayan Popkochev PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Violeta Dimova PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)
- Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Zlatko Pejkovski, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)

**Contents**

COMPETITIVE ADVANTAGES OF PRIVATE EDUCATION IN BULGARIA.....	19
Evgenia Penkova.....	19
Alexander Valkov .....	19
EDUCATION AND SKILLS AS COMPONENTS OF HUMAN CAPITAL.....	25
Dušan Cvetanović .....	25
Danijela Despotović.....	25
Slobodan Cvetanović .....	25
THE EFFECTS OF POSITIVE PSYCHOLOGY ON THE QUALITY OF EDUCATION .....	33
Marija Kotevska Dimovska .....	33
PROACTIVE ENVIRONMENT IN THE UNIVERSITY PEDAGOGIC EDUCATION (THEORETICAL QUALITY FRAMEWORK FOR HIGHER EDUCATION SERVICES).....	39
Sofia Dermendjieva .....	39
Gergana Dyankova.....	39
INCLUSIVE EDUCATION POLICIES IN SOME EU COUNTRIES AND THE BALKANS.....	45
Vedat Bajrami .....	45
CREATIVITY DIAGNOSTICS OF STUDENTS 1-4 CLASS OF TECHNOLOGY AND ENTREPRENEURSHIP .....	55
Elka Valcheva .....	55
SUGGESTOPEDIC MODELING OF A PROACTIVE LEARNING ENVIRONMENT FOR UNIVERSITY STUDENTS STUDYING PRESCHOOL AND PRIMARY SCHOOL PEDAGOGY .....	61
Mariana Balabanova .....	61
TEACHER PERFORMANCE ASSESSMENT IN BULGARIA AND GREECE – THE STATE OF THE ART AND COMPARATIVE ANALYSIS .....	67
Anna Debrenlieva – Koutsouki.....	67
SUGGESTOPEDIA AS AN ELEMENT OF PROACTIVE EDUCATIONAL ENVIRONMENT IN THE PROFESSIONAL PREPARATION OF PRE-SCHOOL TEACHERS .....	75
Elka Yanakieva .....	75
Nino Mihaylov .....	75
THE OPPORTUNITIES OF THE PROACTIVE EDUCATIONAL ENVIRONMENT FOR BUILDING AN ETNOCULTURAL COMPETENCY WITHIN STUDENTS – FUTURE TEACHERS.....	83
Veska Vardareva.....	83
Violin Vasilev .....	83
CREATIVITY AS A KEY ELEMENT IN SYSTEM- PROCESS APPROACH CIR IN INNOVATION MANAGEMENT.....	91
Monika Markovska .....	91
Bozidar Milenkovski.....	91
Sasho Dodovski .....	91
THE PROCESS OF READING AND THE METHOD OF WORK WITH TEXT IN PRIMARY TEACHING .....	97
Irena Kitanova.....	97
THE PROCESS OF ESTABLISHING EFFECTIVE INTERACTION WITH STUDENTS IN THE CONDITIONS OF DISTANCE TRAINING AND THE ROLE OF THE UNIVERSITY LECTURER IN IT.....	101
Marinela Grudeva .....	101
Yordanka Dimitrova .....	101

SELF-EVALUATION ABILITIES OF THIRD GRADERS' PROJECT ACTIVITIES - LEVEL VERIFICATION AND ADEQUACY.....	109
Radoslava Topalska .....	109
CREATIVE WRITING AS A SKILL .....	115
Penka Nikolova Avramova .....	115
HIGHER SCHOOL PREPARATION AND REALIZATION IN CONDITIONS OF MARKET ECONOMY .....	119
Nevena Slavova Philipova .....	119
Mariana Shehova – Kanelova .....	119
THE TEACHER' ROLE FOR THE FORMATION OF THE POLITICAL CULTURE.....	123
Petрана Stoykova .....	123
Adem Zərbash.....	123
WORK ON A PROJECT IN THE SECOND GRADE .....	131
Gabriela Kirova.....	131
TRAINING OF TEACHERS, LEGISLATION AND EXPERIENCE IN ALBANIAN EDUCATION .	137
Ndrіçim Mehmeti.....	137
Fatmir Tartale.....	137
TEACHER IN QUALITY SCHOOL - CHALLENGES AND PERSPECTIVES .....	141
Tamara Stojanović-Đorđević .....	141
Vojislav Ilić.....	141
Andrijana Šikl-Erski .....	141
THE POSSIBILITY OF STANDARDIZING EDUCATION AND TRAINING IN SECURITY SYSTEMS .....	149
Stoyko Stoykov.....	149
Sevdalina Dimitrova .....	149
Rumen Marinov .....	149
CONTEMPORARY TEACHING METHODOLOGIES: SCIENCE AND ART .....	157
Orjeta Baja .....	157
“THE CHILDREN'S SUBCULTURE” PROBLEM IN THE AREA OF PEDAGOGICAL RESEARCH .....	161
Maria Georgieva .....	161
ДИДАКТИЧЕСКИ ВЪЗМОЖНОСТИ НА АКТИВНОТО УЧЕНЕ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ТЕХНОЛОГИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В НАЧАЛНИТЕ КЛАСОВЕ.....	167
Светослава Соколова .....	167
INTERDISCIPLINARITY, THE GREAT CHALLENGE OF TEACHING TODAY .....	173
Anastasi Prodani .....	173
Silvana Nini .....	173
QUESTIONS AS A TOOL OF TEACHING .....	179
Teuta Iljazi .....	179
CONTEMPORARY ASPECTS OF INTERNET ADDICTION IN SCHOOL AGE .....	185
Nikola Sabev .....	185
THE IMPORTANCE OF RECEIVING FEEDBACK IN THE PROCES OF SELF-EVALUATION .....	191
Esad R. Kurejšepi.....	191
Vedat M. Bajrami.....	191
A STUDY ON STUDENT'S LEARNING STYLES USING FELDER-SILVERMAN MODEL.....	195
Loreta Leka .....	195

Alda Kika.....	195
DEVELOPMENT AND VALIDATION OF THE BULGARIAN VERSION OF THE SCALE ASSESSING GENDER STEREOTYPES IN MATHEMATICS .....	201
Staribratov I.P. ....	201
PROJECT-BASED LEARNING ACTIVITIES IMPLEMENTATION AND POSSIBILITIES IN THE PRIMARY STAGE OF EDUCATION IN MATHEMATICS.....	209
Radoslava Topalska .....	209
NEW GLOBAL FINANCIAL SYSTEM: CONTRIBUTION FOR NEW ECONOMIC THEORY .....	213
Halil Kalač .....	213
ANALYSIS OF THE ECONOMIC ASPECTS OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT .....	221
Marina Blazhekovikj Toshevski .....	221
Bardhyl Tushi.....	221
STATEMENT OF INCOME AND EXPENSES – SOURCE OF INFORMATION FOR THE ANALYSIS OF ENTERPRISE’S BUSINESS EFFICIENCY.....	227
Rositsa Ivanova.....	227
EMPLOYEES RELOCATION ISSUES: BANKS ACQUISITION CASE.....	233
Tamás Bakó .....	233
HUMAN NETWORKING ON THE BASIS OF GENERALIZED TRUST .....	241
Jovan Borišić.....	241
Siniša Zarić .....	241
POSSIBILITIES FOR PROJECT FINANCING OF NON-GOVERNMENT SECTOR IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	247
Neda Petroska-Angelovska.....	247
Marija Takovska .....	247
Marija Magdincheva-Shopova.....	247
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FROM A QUALITY MANAGEMENT PERSPECTIVE IN THE PROCESS OF SOCIAL VALUE CREATION .....	255
Goran Golubovski.....	255
Marina Kantardjieva .....	255
THE ROLE AND IMPACT OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN REPUBLIC OF MACEDONIA .....	261
Irena Ashtalkoska.....	261
Savo Ashtalkoski .....	261
Nikolce Marinovski .....	261
THE ROLE OF HUMAN RESOURCES IN MODERN ORGANIZATIONAL SYSTEMS .....	269
Nedžad Azemović.....	269
Rešad Azemović .....	269
SOCIO-ECONOMIC SITUATION IN BOSNIA AND HERZEGOVINA IN THE PAST AND NOWADAYS .....	275
Suada A. Džogović .....	275
THE IMPACT OF BRANDED EVENTS ON THE SUCCESS OF A TOURIST DESTINATION .....	281
Marina Jovićević Simin .....	281
Slobodan Živkucin.....	281
SOCIO-ECONOMIC OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE MUNICIPALITY OF BEROVO .....	287
Vladimir Kitanov .....	287

FUZZY FINANCIAL ANALYSIS MODELS .....	291
Yuliyana Velkova .....	291
ACCOUNTING IN THE CONTEXT OF GLOBAL CORPORATE MANAGEMENT – CONTEMPORARY REQUIREMENTS AND PROBLEMS .....	295
Diana Petrova .....	295
THE IMPACT OF THE MONETARY POLICY ON THE ECONOMIC GROWTH AND THE DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA .....	299
Neritan Turkeshi .....	299
BAILING OUT FINANCIAL INSTITUTIONS AS THE EPITOME OF THE FINANCIAL SYSTEM TODAY .....	305
Ljubisa Zlatevski .....	305
MANAGING OF ECONOMIC, SOCIAL AND CULTURAL RIGHTS .....	311
Victorija Kafedziska .....	311
THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE EMPLOYMENT .....	317
Marija Stojanova .....	317
Frosina Nikolovska .....	317
Mila-Zibak Dimkovska .....	317
RISKS INFLUENCING SOFTWARE PROJECTS AND MANAGING THEM DURING THE REQUIREMENT ENGINEERING PROCESS .....	321
Kaltrina Ukalli .....	321
Ljupcho Antovski .....	321
MATHEMATICAL MODELS IN THE FUNCTION OF CREDIT RISK MANAGEMENT II .....	329
Kristina Zogović .....	329
AGROTURISM AS A MEASURE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT ON THE RURAL ENVIRONMENT .....	335
Goran Mihajlovski .....	335
Trajan Dojcinovski .....	335
Katerina Bojkovska .....	335
Nikolce Jankulovski .....	335
THE ROLE OF PROFESSIONAL COMPETENCE TO INCREASE PRODUCTION EFFICIENCY IN FARMS OF THE AGRICULTURAL SECTOR .....	341
Milena Tepavicharova .....	341
USE OF SYMMETRICAL MODEL OF COMMUNICATION ON LOCAL GOVERNMENT’S WEB SITES IN SERBIA - CONTENT ANALYSIS .....	349
Dragana Perković Antić .....	349
PROMOTION OF TOURISM IN MACEDONIA, CHANCE FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE STATE .....	353
Vladimir Kitanov .....	353
INVESTMENT FUNDS AND EFFICIENT ALLOCATION OF RESOURCES .....	357
Ljubisa Zlatevski .....	357
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE INSURANCE MARKET IN BULGARIA AND THE COUNTRIES OF THE WESTERN BALKANS REGION (2008-2016) .....	363
Milen Mitkov .....	363
THE INFLUENCE OF LEARNING AND KNOWLEDGE ON THE DECISION TO CHOOSE LIFE INSURANCE .....	371
Jadranka Denkova .....	371



Branka Denkova.....	371
PROBLEMS OF MEASUREMENT IN SOCIAL SCIENCES.....	379
Milica Brankovic .....	379
Jovanka Vukmirović .....	379
Ana Zekavica .....	379
Aleksandra Vukmirović .....	379
BUSINESS WOMAN - THE PAST, PRESENT, FUTURE .....	385
Azra Ahmetović .....	385

---

**THE INFLUENCE OF LEARNING AND KNOWLEDGE ON THE DECISION TO CHOOSE LIFE INSURANCE**

---

**Jadranka Denkova**University "Goce Delcev" Faculty of law Stip, [jadranka.denkova@ugd.edu.mk](mailto:jadranka.denkova@ugd.edu.mk)**Branka Denkova**[brankad\\_1@yahoo.com](mailto:brankad_1@yahoo.com)

**Abstract:** We live in time where all citizens are exposed to the risk of occurrence of an accident which creates unavoidable need for life insurance. Life insurance occupies a central place in the insurance market and represents unique financial product that offers both insurance and savings. Life insurance has a very important role in the financial sector, especially in developed countries. Many empirical findings point out that life insurance has the capacity to mobilize long-term financial assets and by placing them in the financial markets, it can contribute to the development of the financial sector and the growth of economic activity. Generating awareness for life insurance ownership is fundamental to driving increased life insurance sales. More importantly, however, is the need to generate awareness at the moment when the need for life insurance is greatest. Consumer behavior is influenced by various psychological factors and the necessity for the analysis of these factors stems from the fact that consumer behavior changes over time. Life insurance in economically developed countries is developed, generally accepted and represents part of the system security of the population.

Unlike the developed countries, the life insurance market in the Republic of Macedonia is not on a satisfactory level of development and there is extremely low level of life insurance among the population. In order to identify and detect the impact of consumer learning and knowledge on the decision to choose life insurance, a survey has been made. The results portrayed the need for greater information quantity and education about the life insurance concept. The findings of the research should be taken into consideration by life insurance companies especially in planning their distribution channels. Mainly, since consumer information and knowledge are relevant factors of insurance demand.

**Keywords:** life insurance, consumers, behavior, information, learning, knowledge, education

**ВЛИЈАНИЕТО НА УЧЕЊЕТО И ЗНАЕЊЕТО ВРЗ ОДЛУКАТА ЗА ИЗБОР НА ЖИВОТНО ОСИГУРУВАЊЕ****Јадранка Денкова**Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Правен факултет, [jadranka.denkova@ugd.edu.mk](mailto:jadranka.denkova@ugd.edu.mk)**Бранка Денкова**[brankad\\_1@yahoo.com](mailto:brankad_1@yahoo.com)

**Резиме:** Живееме во време каде што сите граѓани се изложени на опасноста од настанување на некој несреќен случај што создава неодминлива потреба за животно осигурување. Животното осигурување зазема главно место во пазарот на осигурување и претставува уникатен финансиски производ кој нуди истовремено осигурување и штедење. Животното осигурување има многу значаен удел во финансискиот сектор посебно во развиените земји. Многу емпириски наоди посочуваат дека животното осигурување има капацитет да мобилизира долгорочни финансиски средства и преку нивно пласирање на финансиските пазари, тоа може да придонесе до развој на финансискиот сектор и раст на економската активност. Потребно е да се креира свесност кај потрошувачите за потребата од животното осигурување со цел зголемување на е на продажбата на животно осигурување. Со цел да може да се зголеми развојот на животното осигурување во Република Македонија, треба да се направи истражување од кои фактори истата е детерминирана. Детерминантите кои влијаат врз однесувањето на потрошувачите при избор на животно осигурување се под влијание на различни психолошки фактори. Психолошките фактори играат голема улога во определувањето на однесувањето на потрошувачите и истите претставуваат појдовна основа за стратегија за сегментирањето на пазарот. Потребата од ваква анализа произлегува од фактот дека однесувањето на потрошувачите се менува со текот на времето под

влијание на различни психолошки фактори. Животното осигурување во економско развиените земји е развиено, општо прифатено и претставува незаобиколен дел од системот за сигурност на населението. За разлика од развиените земји, пазарот на животно осигурување во Република Македонија не е на задоволително ниво од развојот и постои исклучително ниско ниво на животно осигурување кај населението. Со цел да се идентификува и детектира влијанието на учењето и знаењето врз одлуката за избор на животно осигурување во Република Македонија, направено е истражување каде што се прикажани конкретни мерки и задачи кои би обезбедиле континуиран раст и развој на пазарот на животно осигурување во Република Македонија. Резултатите покажаа на потребата од информирање и едукација за овој концепт на осигурување. Како главна причина за несогледаната потреба од ваква полиса е недостигот на знаење кај граѓаните навремено да преземат мерки за нивна финансиска сигурност. Наодите од истражувањето треба да бидат земен во предвид од страна на компании за животно осигурување, особено во планирањето на нивните канали за дистрибуција. Главно, бидејќи податоците за информираноста на потрошувачите, и знаењето за производот се релевантни фактори на побарувачката за животно осигурување.

**Клучни зборови:** животно осигурување, потрошувачи, однесување, информации, учење, знаење, образование

### ВОВЕД

Предметот на истражување на овој труд е анализа на влијанието на учењето и знаењето врз одлуката за избор на животно осигурување. Со оглед на фактот дека животното осигурување во Македонија е на ниско ниво, спроведено е истражување за влијанието на учењето и знаењето на потрошувачите како значаен психолошки фактор при избор на животно осигурување. Познавањето на овие фактори е потребно затоа што овие фактори влијаат на потрошувачите како патокази за нивното однесување, а ако понудувачот ги запознае патоказите кои го водат потрошувачот, ќе знае на каде се движат и тенденциите на нивните аспирации, секако и нивното однесување. Во психолошките фактори на однесувањето на потрошувачите влегуваат повеќе аспекти како: личноста и претставата за себе, мотивацијата, перцепцијата, учењето и знаењето и уверувањето и ставовите. Од многуте аспекти на однесувањето на потрошувачите ќе биде согледано влијанието на учењето и знаењето врз одлуката за избор на животно осигурување. Имајќи ја предвид важноста на животното осигурување, се наметнува прашањето како потрошувачите го евалуираат производот и како можат да бидат мотивирани да го купат производот. Во истражувањето на овој труд се прикажани и конкретни мерки и задачи кои би обезбедиле континуиран раст и развој на пазарот на животно осигурување. Целта на ова истражување се состои во согледување на подготвеноста на потрошувачите за купување на животно осигурување заради дизајнирање на посоодветни маркетинг стратегии кои ќе придонесат за развој на пазарот на животно осигурување во Република Македонија.

### ЕМПИРСКИ ПРАКСИ

Учењето и знаењето како значајни психолошки фактори имаат големо значење во определувањето на однесувањето на потрошувачите. Учењето е значајно во процесот на донесување одлуки од страна на потрошувачот бидејќи однесувањето на потрошувачите во најголема мера е научено однесување (Alcorn, 2003). Потрошувачите се во постојана потрага по информации кои би претставувале олеснителна околност во процесот на донесување одлуки кон одреден производ. Но, најчесто, на потрошувачите им недостига време за да ги пребараат сите стимуланси значајни за одреден проблем. (Јовановска-Ристевска и Јаковски, 2008). Поради тоа, потрошувачите се во потрага по олеснителни околности за да стигнат до потребните информации користејќи некое лично минато искуство. (Beck and Webb, 2003). На пример, доколку потрошувачот купува компјутер и има позитивно искуство со компанијата, тогаш реакцијата кон компјутерите на Dell ќе биде позитивно засилена. Подоцна, кога ќе се јави потреба од печатач поради фактот дека Dell прави добри компјутери, во главата на потрошувачите постои и можност дека тие прават и добри печатачи. На овој начин, искуствата на потрошувачите овозможуваат полесно формирање на своето мислење за одреден производ. (Kotler и Keller, 2012). Имајќи ги предвид овие околности, продажните агенти треба активно да допрат до своите и потенцијалните клиенти. Во едно истражување во Соединетите Американски Држави спроведено од страна на Limga, речиси една четвртина од домаќинствата изјавиле дека сакаат да зборуваат со финансиски советник за нивните потреби за животно осигурување, но дека не планираат да иницираат контакт со одреден претставник од осигурителната компанија. (Plesis and Lombard,

204) Преку управувањето со односите со клиентите, CRM компаниите ќе утврдат кои се нивните клиенти, како тие се однесуваат, што сакаат и кои се нивните потреби. Воведување на CRM е од клучно значење за да се стигне до потенцијалните потрошувачи бидејќи тие не поседуваат иницијатива и немаат доволно време за да ги пребараат сите стимуланси релевантни за да го решат својот проблем, дури и ако утврдиле дека поседуваат потреба од животно осигурување. Интернетот нуди исто многу можности за потрошувачите широм светот и потрошувачите сè повеќе го користат интернетот за да управуваат со нивните финансии. Генерацииските разлики во ставовите за социјалните медиуми не е изненадувачки момент. Постарите генерации ги преферираат традиционалните начини на животно осигурување со посета на претставниците во нивните канцеларии или домови, додека “бејби бумерите” не се многу запознаени и свесни со овој вид на практика. Се очекува зголемен интерес во истражувањето на животно осигурување преку интернет. Најголеми пречки за продажбата на животно осигурување преку интернет е недостатокот на доверба - безличната природа на интернетот и на недоволното знаење. Со цел зголемување на информираноста и учењето за производот, потребно е да се инкорпорираат социјални алатки како што се: Twitter, Facebook, LinkedIn итн. со цел поголемо олеснување и достапност на начинот на комуникација поврзани со финансиското планирање на потрошувачите за животно осигурување. Компаниите за животно осигурување ќе треба да се приспособат на зголемениот и подобриот развој на технологијата. Кога клиентите купуваат производи за осигурување, на нивните прашања треба да одговорат добро обучени кадри и компанијата мора да има интегрирана стратегија за комуникација во сите дистрибутивни канали (Kumar, 2000). Потрошувачкото знаење исто игра значајна улога за време на донесувањето одлуки и поради многуте негови импликации врз работата на компаниите, во наредните излагања ќе бидат посочени придобивките кои доаѓаат од самото сфаќање на знаењето на потрошувачите. Понекогаш причината поради која потрошувачите не купуваат одреден производ се лоцира или во нивното знаење или недостиг на знаење на производот. Во оваа ситуација посредниците треба да им помогнат на клиентите да развијат еден поширок поглед на улогата на осигурување на живот. Тие треба да разговараат со потрошувачите за она што тие веруваат дека е целта на осигурувањето на живот со оглед на тоа што потрошувачите не поседуваат доволно знаење или, пак, кај нив постои заблуда. На пример, многу потрошувачи гледаат на осигурувањето на живот како начин на поддржување на сопствената фамилија за време на периодот во значајни промени, а не како средство за трајно да го замени изгубениот приход. (Dionne 2000) Доколку клиентот гледа на осигурувањето како средство за надоместок во случај на несреќен случај или заштеда, тогаш продажните советници можат да користат алатки со соодветни пресметки за да им покажат на потрошувачите колкав износ треба да уплатат за животно осигурување. Доколку потрошувачот гледа на животно осигурување како средство за преодна поддршка за неговото или нејзиното семејство во период на промени, финансиските советници треба да дискутираат за предизвиците и тешкотиите со кои семејството би се соочило без соодветна финансиска покриеност. Исто така, од голема корист е да се вклучат двајцата сопружници кога се зборува за улогата на животно осигурување. Ова може да помогне во откривањето на потенцијални разлики во начинот на тоа како сопружниците гледаат на улогата на животно осигурување, што ќе резултира со дискусија за решавање на овие разлики. Покрај тоа, домаќинствата често забораваат дека доколку еден од сопружниците не работи, треба да поседува животно осигурување. Семејствата не ги земаат предвид критичните услуги коишто невработениот брачен другар ги обезбедува за семејството. При разгледување на различни задачи што ги извршува невработениот брачен другар, типичен пример е доколку истиот се грижи за децата, неодминлив факт е дека семејството би требало да плати извесна сума на пари за да ги обезбеди овие услуги. (Helman и Greenwald, 2009)

#### **МАТЕРИЈАЛ И МЕТОД ЗА РАБОТА**

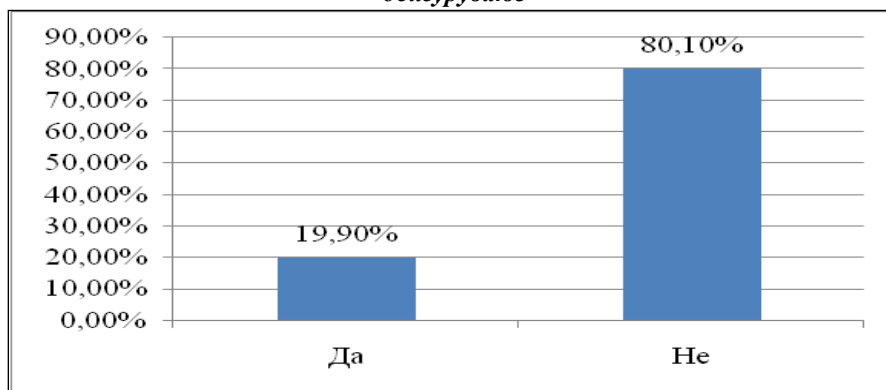
Раководејќи се од теоретската и методолошката рамка на овој труд којашто се однесува на влијанието на демографските фактори врз однесувањето на потрошувачите при избор на животно осигурување, акцентот на трудот се однесува на тоа да се утврди каква е состојбата во Република Македонија во однос на ова прашање. За таа цел спроведов истражување во кое користев метод на испитување со прашалник. Прашалникот е изработен во насока да се добијат податоци релевантни за предметот на истражувањето колкав дел од населението во Република Македонија поседува полиса за животно осигурување, како и колкава е информираноста за бенефициите од поседувањето на животно осигурување. Прашалникот беше дистрибуиран на територијата на Р. Македонија преку личен контакт (во печатена форма) и преку социјалната мрежа Facebook. Прашалникот се состои од 29 прашања од затворен

тип за потребите на ова истражување и беше пополнет од страна на 220 испитаници во периодот од 6.1.2015 година до 15.3.2015 година. 39,54% од вкупниот број на испитаниците се од машки пол, додека 60,46% од испитаниците се од женски пол. Содржината на демографските карактеристики се однесува на прашања за старосната граница на испитаниците од повеќе возрасни категории поделени наследниот начин: од 18 до 24 години, од 25 до 34 години, од 35 до 44 години, од 45 до 54 години и над 55 години. На прашањата за работниот статус беа опфатени неколку категории: вработени, невработени, студенти, ученици и останатите испитаници со старосна граница од над 55 години кои се класифицираа како пензионери. Следното прашање се однесуваше на брачниот статус на испитаниците. Според степенот на образование, испитаниците се класифицирани во неколку категории: средно образование, вишо образование, високо образование, магистерски студии и докторски студии. Социјалниот статус е определен според месечните примања коишто ги поседуваат во рамките на семејството. Според овој критериум испитаниците се класифицирани во неколку категории: до 8.000 денари, од 8.000 до 15.000 денари, од 15.000 до 30.000 денари, од 30.000 до 60.000 денари и повеќе од 60.000 денари. Структурата на прашањата за испитаниците кои поседуваат и кои не поседуваат животна осигурување се базира на дознавање на моменталната состојба за животното осигурување во Република Македонија. Прашањата се насочени кон одредување на факторите кои влијаат на потрошувачката на животното осигурување заради дизајнирање на посоодветни маркетинг стратегии и предлози на мерки и активности кои ќе придонесат за развојот на пазарот на животна осигурување во Република Македонија.

### РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

Значајно е да се истакне дека од вкупниот број на испитаници, само 43 испитаници (или 19,90%) имаат купено полиси за животна осигурување, а останатите 173 испитаници (или 80,10%) не се корисници. Овие податоци укажуваат на тоа дека во Република Македонија граѓаните имаат ниска свесност кон придобивките од користењето на пакети за животна осигурување (графикон 5.1).

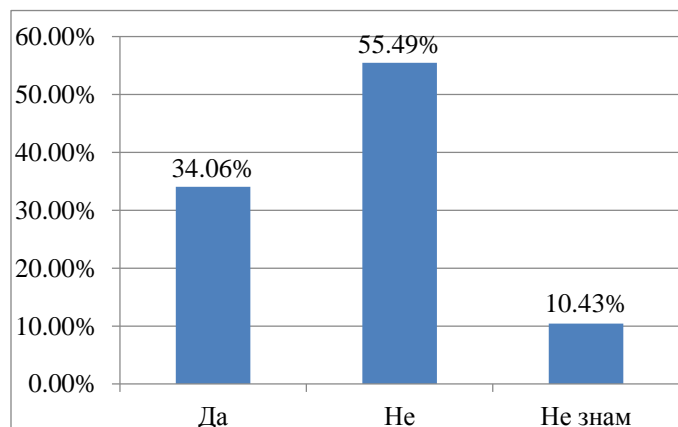
*Графикон 5.1. Процент на испитаници коишто се корисници и не се корисници на животна осигурување*



Извор: Сопствено истражување, спроведено од јануари 2015 до март 2015 г.

Со предностите за животна осигурување се информирани и запознаени само 62 од испитаниците или 34,06%, додека 120 од испитаниците или 54,49% не се доволни информирани и запознаени со предностите за животна осигурување (графикон 5.2). Ова отсуство на знаење може да биде фатално за успешноста на еден производ. Пазарот на животна осигурување во Република Македонија не е на задоволително ниво од развојот. Но, недостигот на знаење не се однесува само на тоа дали потрошувачите знаат кои производи и услуги постојат на пазарот. Доколку кај потрошувачите постои свест за постоењето на одреден производ, тие сепак може да имаат значајни празнини во други аспекти на нивното знаење. Ваквиот вид на недостиг на знаење настанува кога потрошувачите веруваат во нешто што не е вистина и претставува пречка за купувањето.

**Графикон 5.2** Процент на испитаници за степенот на информираност и знаење за животно осигурување

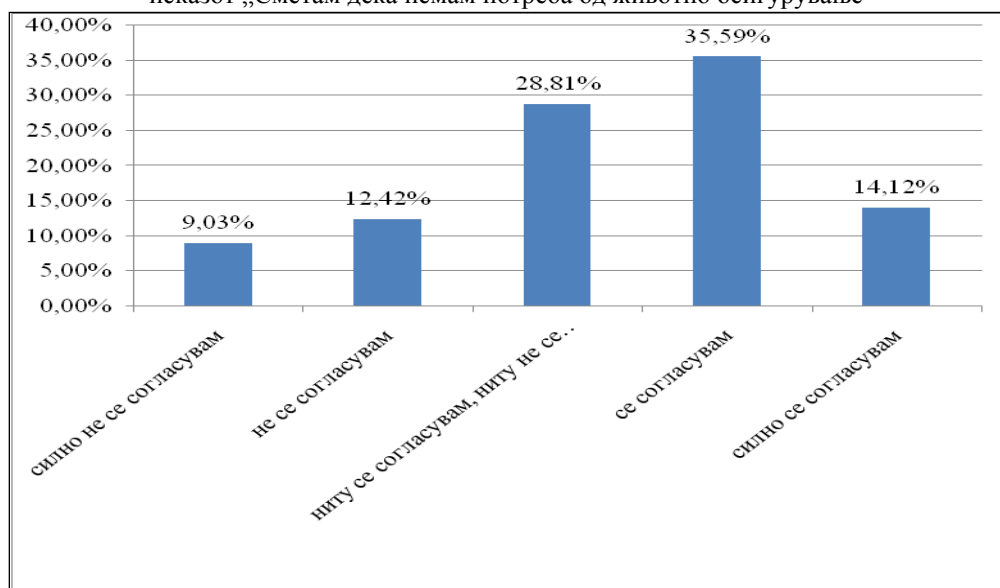


**Извор:** Сопствено истражување, спроведено од Јануари 2015 до Март 2015

Податоците од ова истражување укажуваат на потребата од информирање и учење за овој концепт на осигурување. Учењето и информирањето на потрошувачите со предностите и условите за животно осигурување се од големо значење бидејќи може да ги мотивира потрошувачите да донесат одлука што ќе им помогне да го намалат изложувањето на ризик. Осигурувањето на живот покрај тоа што го елиминира ризикот, обезбедува и можност за финансиска сигурност во пензионерските денови. Секој треба сам да се грижи за својата иднина и да се осигура на време со цел да живее пристојно и достоинствено во подоцнежните години.

На следното прашање, испитаниците коишто не поседуваат животно осигурување требаше да го оценат исказот „Сметам дека немам потреба од животно осигурување“ користејќи ја следната скала: 1 = силно не се согласувам; 2 = не се согласувам; 3 = ниту се согласувам, ниту не се согласувам; 4 = се согласувам; 5 = силно се согласувам. 17,3% од испитаниците сметаат дека имаат потреба од животно осигурување, додека 40% од испитаниците сметаат дека немаат потреба од животно осигурување. Ниту се согласуваат, ниту не се согласуваат 28,6% или 51 од испитаниците (графикон 5.11).

**Графикон 5.11** Процент на испитаници според тоа колку се согласуваат односно не се согласуваат со исказот „Сметам дека немам потреба од животно осигурување“

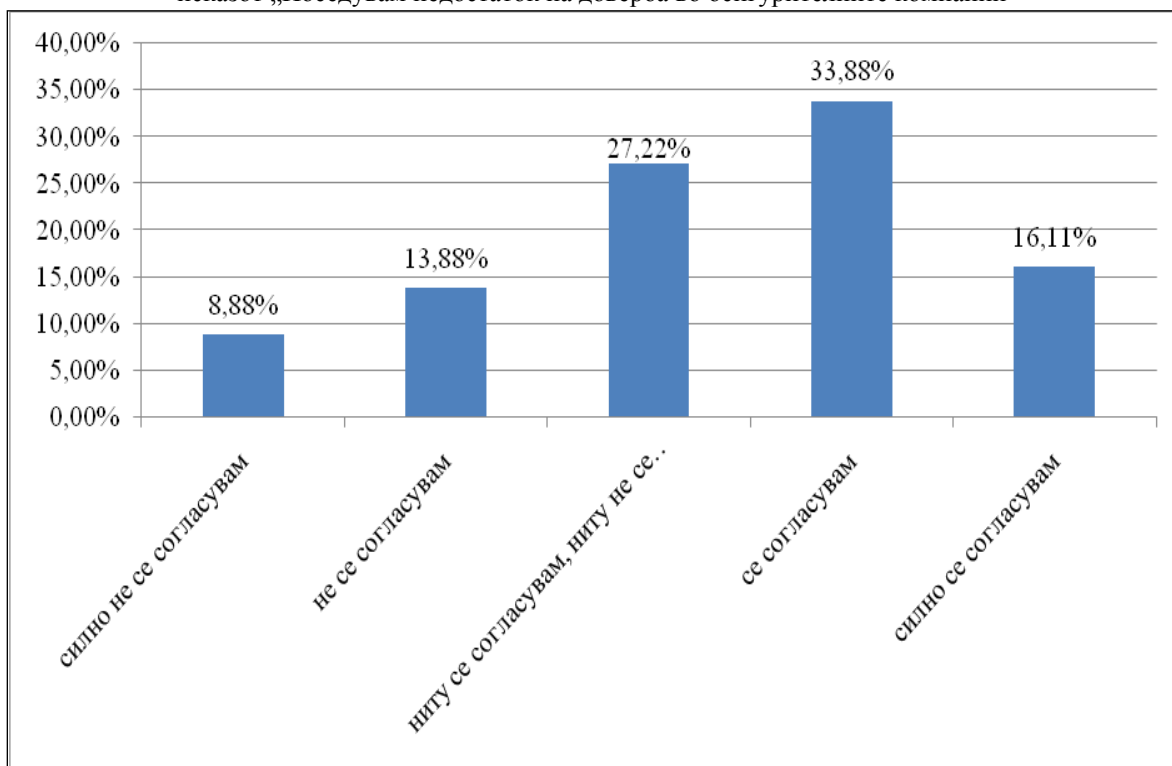


**Извор:** Сопствено истражување, спроведено од Јануари 2015 до Март 2015

Како главна причина за несогледаната потреба од ваква полиса е недостигот на знаење кај граѓаните навремено да преземат мерки за нивна финансиска сигурност.

Лицата најчесто стануваат свесни за потребата од животна осигурување кога ќе се случи некој непосакуван ризик (во случај на смрт, настанување на одредена тешка болест по која човекот не е способен за работа или несреќен случај). Дел од потрошувачите веруваат дека немаат потреба од осигурување на живот бидејќи тие веќе учествуваат во групна програма за осигурување на живот обезбедена од страна на работодавачот. Сепак, оваа заштита е привремена и може да биде прекината кога вработувањето на поединецот предвремено ќе заврши, кога причини на несреќен случај, болест или други несакани случувања ќе го принудат вработениот да остане без работа. Во тој случај, потрошувачите може да имаат ограничени средства за да купат животна осигурување доколку се надвор од своите работни места. Исто така, осигурувањето може да биде скапо доколку се појават одредени здравствени проблеми во тоа време.

**Графикон 5.15** Процент на испитаници според тоа колку се согласуваат односно не се согласуваат со исказот „Поседувам недостаток на доверба во осигурителните компании”



**Извор:** Сопствено истражување, спроведено од Јануари 2015 до Март 2015

Довербата на клиентите во осигурителните компаниите е исто така клучен елемент и преку неа можеме да осознаеме за знаењето на клиентите за овој концепт за осигурување. Поголемиот дел од испитаниците коишто не поседуваат животна осигурување се изјасниле дека немаат доверба во осигурителните компании. Имајќи ги предвид овие резултати, довербата и лојалноста на потрошувачите може да се зголеми со: Употреба на социјални медиуми преку онлајн разговори и прашања кои клиентите ги поставуваат, а притоа треба да воспостават ефективно слушање со цел да се разбере потребата и интересот на потрошувачите, комуницирање со осигурениците кои често се збунети околу тоа кај кого да се обратат за услуги, воведување постојана систематска програма со цел да се стигне до потенцијалните потрошувачи преку препораки од постојните клиенти; после продажбата, комуникацијата со потрошувачите треба да биде остварена навремено со цел да им се обезбеди на потрошувачите навремена информираност за клучните измени во своите политики. Ова може да се изведе преку годишен јубилеј со испратено писмо до своите клиенти.

**ЗАКЛУЧОК**

Разбирањето на психолошките фактори е значајно во процесот на однесувањето на потрошувачите при избор на животно осигурување. Евидентна е потребата од учење и знаење кај потрошувачите за животно осигурување. Недоволната информарност и едуцираност за животно осигурување треба да им укаже и сугерира на осигурителните компании да им помогнат на клиентите да развијат поширок поглед на улогата на животно осигурување со комуникација. На пример, многу потрошувачи гледаат на животното осигурување како привремено средство, а не како средство за трајно да го замени изгубениот приход. Исто, едукацијата на потрошувачите за постојните ризици е од големо значење бидејќи може да ги мотивира потрошувачите да донесат одлуки со кои ќе го намалат изложувањето на ризик. Осигурителните компании може да прикажат рекламирање каде што вистински корисници ги објавуваат нивните животни приказни со цел презентирање на придобивките од осигурувањето. На пример, осигурителните компании можат да објават како полисата за животно осигурување им помогнала на осигурениците со плаќање на лекувањето по одредена болест или несреќен случај

**БИБЛИОГРАФИЈА**

- [1] Ackerman, R. (2011). More Americans buying life insurance directly, *The journal of financial planning*, 19, pp.95-98
- [2] Alcorn, R.C (2003), *Money, Possessions and Eternity*, Tyndale House, Illinois. pp.3-5
- [3] Beck, T., Webb, I. (2003) ,“Economic, Demographic and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries”, *World Bank Economic Review*, Vol. 17, pp 51-78
- [4] Blackwell, R. D и Miniard, P.W. (2010), *Однесување на потрошувачите*, Thomson corporation, USA.
- [5] Dionne, G (2000), *Handbook of Insurance*, Springer Science, New York. pp. 365-391
- [6] *Guaranteed uncertainty* (2011). Socioeconomic influences on product development and distribution in the life insurance industry. Прочитано на 3 ноември 2015 година. [http:// Downloads/research-2011-02-guaranteed-uncertainty.pdf](http://Downloads/research-2011-02-guaranteed-uncertainty.pdf) (accessed 08 January 2015)
- [7] Helman, R.,Greenwald, M. (2009) “The 2009 Retirement Confidence Survey” *Journal of Employee benefits*, No.328, pp. 145
- [8] Јовановска-Ристевска, С и Јаковски, Б. (2008). *Однесување на потрошувачите*. Народна и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски” - Скопје.
- [9] Јовановска-Ристевска, С. (2010). *Маркетинг теорија и практика*, Економски факултет, Скопје.
- [10] Karl, С (2014) *Global insurance review 2014 and outlook 2016*. Прочитано на 2 Март 2016. [http://media.swissre.com/documents/Global\\_insurance\\_review\\_2014\\_and\\_outlook\\_2015\\_16.pdf](http://media.swissre.com/documents/Global_insurance_review_2014_and_outlook_2015_16.pdf)
- [11] Kotler, P and Keller, K.L. (2009), *Marketing Management*, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ
- [12] Kumar, V., (2000), *Меѓународно маркетинг истражување*, Prentice Hall, USA
- [13] Plessis, L.D and Lombard, M.R (2014) “Customer loyalty in the South African long term insurance industry”, *African Journal of Business Management* No. 167