

Utjecaj kognitivnih pristranosti na odbijanje kupnje osiguranja

Bravić, Mia

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:459395>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-14**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



**SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET**

DIPLOMSKI RAD

**UTJECAJ KOGNITIVNIH PRISTRANOSTI NA ODBIJANJE
KUPNJE OSIGURANJA**

Mentor:

prof. dr. sc. Marijana Ćurak

Student:

Mia Bravić, 2211592


Split, prosinac 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Mia Bravić,
(ime i prezime)

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 05.12.2023. godine

Vlastoručni potpis: 

SADRŽAJ:

1. UVOD	2
1.1. Problem istraživanja	2
1.2. Predmet istraživanja	3
1.3. Istraživačke hipoteze	4
1.4. Ciljevi istraživanja	6
1.5. Metode istraživanja	6
1.6. Doprinost istraživanja	7
1.7. Struktura diplomskog rada	7
2. IZLOŽENOST RIZICIMA I OSIGURANJE U UPRAVLJANJU RIZICIMA POJEDINCA	8
2.1. Raznovrsnost rizika	8
2.2. Prednosti i nedostaci osiguranja	10
2.3. Koliko ljudi (ne)kupuju osiguranja?	12
2.4. Čimbenici potražnje za osiguranjem	16
3. PRISTRANOSTI U ODLUČIVANJU	19
3.1. Kognitivne pristranosti	19
3.2. Pregled empirijskih studija	21
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA KOGNITIVNIH ČIMBENIKA NA ODBIJANJE KUPNJE OSIGURANJA	25
4.1. Uzorak i obuhvat istraživanja	25
4.2. Prikaz i interpretacija dobivenih rezultata	25
5. RASPRAVA	44
6. ZAKLJUČAK	46
LITERATURA	47
SAŽETAK	54
SUMMARY	55
PRILOG 1	56

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Prema tradicionalnoj ekonomskoj teoriji pojedinci prilikom odlučivanja nastupaju racionalno i svoje odluke donose prema kriteriju maksimiziranja svoje korisnosti. Međutim, rezultati istraživanja pokazuju da to nije uvijek slučaj. U realnosti pojedinci su često više iracionalni nego racionalni. S takvim saznanjima dovodi se u pitanje teorija korisnosti. Teorija isključuje čimbenike koji utječu na promjenu ponašanja pojedinca (Peterson, 2019).

Svijet je u zadnjim desetljećima izrazito pogođen prirodnim katastrofama, bolestima, pandemijama, nesrećama koje mogu nositi izrazito skupe financijske neprilike (Pitthan i De Witte, 2021). Kupnja i odabir odgovarajućeg osiguranja je kompleksan proces. U procesu odabira osiguranja uzima se u obzir vjerojatnost nastupa događaja, cijena osiguranja odnosno premija, kvaliteta te koristi koje osiguranje donosi. S obzirom na složenost procesa, pojedinac u odabir unosi i emocije (Sum i Nordin, 2018) i može biti pod utjecajem kognitivnih pristranosti.

Tverski i Kahneman (1979) dolaze do zaključka kako ljudi više vole izbjeći gubitak nego primiti dobitak u istom iznosu. Unatoč teoriji korisnosti i averziji pojedinca prema riziku, literatura nam pokazuje da pojedinci i dalje nisu dovoljno osigurani, a ponajviše u području rizika s visokim intenzitetom štete, a malom vjerojatnosti pojavljivanja događaja. Kako bi se objasnilo navedeno ponašanje pojedinca, odgovori se traže u bihevioralnoj ekonomiji. Uporište za objašnjenje navedenom ponašanju pronalazi u učinku pristranosti i heuristici.

Kako bi bolje razumjeli zašto pojedinci nisu dovoljno osigurani istražiti ćemo sedam pristranosti o kojim progovara bihevioralna ekonomija. Pregledom pristranosti koje utječu na nekupnju osiguranja uvidjet ćemo kako pojedinci imaju različite poglede na vjerojatnosti nekog ishoda, zbog raznovrsnih utjecaja. Sum i Nordin (2018) tvrde da su heurističke prosudbe donesene u neizvjesnom okruženju često pod utjecajem pristranosti te ometaju racionalnu prosudbu.

Postoji sedam najčešćih kognitivnih pristranosti koji utječu na ponašanje pojedinca pri odabiru osiguranja:

Heuristika dostupnosti: Važniji su događaji koji su se dogodili nedavno, i lako ih se sjetimo (Pitthan i De Witte, 2021). Jedna od glavnih čimbenika koja će utjecati na naše odluke su naša sjećanja. Što je sjećanje jasnije, pojedinac će biti jače pod njegovim utjecajem. To znači ako je pojedinac imao loše iskustvo s osiguranjem, može ga dovesti do kognitivne pristranosti prema svim vrstama osiguranja (Goldentouch, 2021).

Amnezija: Prirodne katastrofe i loše situacije koje se događaju kroz cijeli život mogu imati velik utjecaj na pojedinca, no često se brzo zaborave. Ako ga se dovoljno ne podsjeća pojedinac brzo zaboravi na katastrofe koje su događale oko njega. Baš zbog navedenog problema pojedinci često ignoriraju potrebu za osiguranjem i stvaraju u svom umu lažu sigurnost (Goldentouch, 2021).

Ignoriranje „Crnog labuda“: Crni labud je definiran kao nepoznati, neočekivani događaj koji ima ozbiljne posljedice (Brajković i Radman Peša, 2015). Crni labudovi su se događali kroz povijest i događat će se u budućnosti. Ljudi često misle da se loše stvari događaju samo drugim ljudima, te sebe isključuju iz takvih potencijalnih događaja, stoga ne kupuju odgovarajuća osiguranja (Goldentouch, 2021).

Kratkovidnost: Velika većina ljudi se brine oko budućnosti i nesigurnosti koju ona donosi. Unatoč zabrinutosti pojedinci često odgađaju brigu o budućnosti i brinu se o tome u drugo vrijeme. Ljudi također misle da se situacije iz prošlosti neće ponoviti, stoga imaju manju potrebu za osiguranjem i žive u lažnoj sigurnosti. Pitthan (2021) definira kratkovidnost kao podcjenjivanje prosječne vjerojatnosti nastupa događaja zbog informacija koje dobiva iz okoline.

Pretjerano samopouzdanje: Fenomen koji se češće pojavljuje u pripadnika muškog spola. Ljudi imaju tendenciju sebe predstaviti kao „superheroja“ kojem se ništa ne može dogoditi. Ovaj lažan dojam koji stječu o sebi može utjecati na stvaranje predrasude o osiguranju i zbog toga ga ne kupuju (Goldentouch, 2021).

Iluzija kontrole: Pojedinac će u životu nekada postupiti pravilno te će dobiti dojam da sve ostalo radi ispravno. Svakodnevni život je jako užurban, i promjene su svakodnevnne, stoga niti jedan pojedinac ne može sve držati pod kontrolom. Osiguranje je tu kako bi se zaštitio pojedinac ako mu nešto ne pođe u dobrom smjeru (Goldentouch, 2021).

Pretjeran optimizam: Određena doza optimizma je u životu poželjna no pretjerani optimizam u osiguranju je loš za pojedinca. Osobe koje imaju previše optimizma smatraju da su osiguranja samo prijevare i da im društva za osiguranje pokušavaju ukrasti novac. Oslanjaju se na svoje novčane mogućnosti i vjeruju da će s tim pokriti svu nastalu štetu ako do iste dođe (Goldentouch, 2021).

1.2. Predmet istraživanja

U ovom radu analizirat će se kako heuristika dostupnosti, pretjerano samopouzdanje, pretjerani optimizam, ignoriranje „crnoga labuda“, iluzija kontrole, kratkovidnost i amnezija utječu na odbijanje kupnje osiguranja te tako stvaraju problem zbog nedostatka pokrića gubitaka koji rezultiraju iz različitih vrsta rizika. Provest će se empirijsko istraživanje u Republici Hrvatskoj na način da će se podaci

prikupljati uz pomoć anketnog upitnika. Obuhvatit će se i ekonomski i demografski čimbenici koji imaju utjecaj na odluku o nekupnji osiguranja.

1.3. Istraživačke hipoteze

H1: Heuristika dostupnosti utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Heuristika dostupnosti navodi se kao važan čimbenik u procesu odlučivanja (Manis i sur., 1993). Kunreuther i Pauly (2014) tvrde da su današnje odluke pojedinca u sferi osiguranja vođene pogrešnom procjenom rizika i korištenjem neprikladnih heurističkih pravila. Lichtensteina i sur. (1978) proveli su istraživanje u kojem su istraživali apsolutne i relativne vjerojatnosti rizika. Ljudi su uglavnom upoznati s rizicima koji uzrokuju veliki broj smrtnih slučajeva, ali i rizicima koji uzrokuju mali broj smrtnih slučajeva. Ispitanici su zamoljeni da kvantificiraju rizike. Rezultati su donijeli iznenađujuće informacije, ljudi u velikoj mjeri precjenjuju učestalost rijetkih rizika smrti i ozbiljno podcjenjuju učestalost češćih rizika smrtnosti. Graminha i Afonso (2021) tvrde da heuristika dostupnosti može u potpunosti izobličiti stvarnu percepciju pojedinca.

H2: Amnezija utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Stojanović (2013) ističe kako pojedinci češće pamte uspjehe, a zaboravljaju loša iskustva. Zbog toga u svojoj glavi stvaraju neopravdane povezanosti, odnosno skloni su uspostavljanju uzročno posljedične veze koja često nije opravdana. Takvim razmišljanjem stvaraju lažnu iluziju te tako vjeruju da bolje razumiju prošlost, te da će u budućnosti bolje reagirati jer će se budućnost ponoviti. U takvom slučaju greške su neizbježne jer je svijet složen i nepredvidiv. U takvim situacijama pojedinac ne poseže za osiguranjem, vjerujući da djelomično poznaje buduće događaje. Kunreuther i Pauly (2018) u svom radu ističu amneziju kao jednu od pristranosti. Kada se dogodi neki loš događaj ili prirodna katastrofa, u društvu se pojavljuje osjećaj brige i anksioznost. U tim periodima pojedinci su svjesniji realnosti, te će posegnuti za osiguranjem, no nakon kratkog vremena takve situacije se zaborave. Kako prolazi vrijeme, prolazi i sjećanje na katastrofe, utjecaj svakodnevice često mijenja i njihove prioritete. Pojedinac će često novac za osiguranje upotrijebiti na nešto „bitnije“ u tom trenutku.

H3: Ignoriranje „Crnog labuda“ utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Prema Sniedovich (2012) „Crni labudovi“ imaju velike utjecaje na svakodnevne živote pojedinaca jer oblikuju u kojem smjeru će se svijet razvijati. Zbog svojih karakteristika (rijetkost) ne mogu se matematički točno obraditi. Taleb (2005) tvrdi i da se oslanjanjem na formalne matematičke modele stvara pogrešan dojam sigurnosti kod pojedinaca te naposljetku može izazvati veliku financijsku štetu. Zaključno se tvrdi da pojedinac mora biti svjestan da se „Crni labudovi“ ponavljaju, ne mogu se predvidjeti, ali treba učiti sve kako bi se pripremio na pojavu novog (Yudkowsky, 2008).

H4: Kratkovidnost utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Platteau i Ontiveros (2021) u svom istraživanju pokazuju da pojedinci ako i imaju policu osiguranja, rijetko je obnavljaju. Ističu da se u takvim slučajevima uočava utjecaj kratkovidnosti. Osobe imaju dojam sigurnosti jer se određeni rizik nije ponovio u vrijeme trajanja osiguranja pa budućnosti pristupaju s manje brige. Kunreuther i Pauly (2000) su potvrdili da će se pojedinac odlučiti na kupnju osiguranja nakon što se dogodi nesreća (najčešće prirodna nepogoda) jer dolazi do povećanja vjerojatnosti, no s vremenom se smanjuje vjerojatnost za navedeni događaj pa se osiguranja često i raskidaju, jer se osigurani događaj nije dogodio u navedenom periodu. Jedan od primjera kojeg navode su potresi, nakon potresa na nekom području potražnja za osiguranjem raste. Razlog za osiguranjem u to vrijeme je opravdan šokom koji se pojavljuje nakon potresa. U tom primjeru se vidi kako je „novi“ događaj potaknuo pojedince na racionalno razmišljanje, ali često samo kratkoročno.

H5: Pretjerano samopouzdanje utječe na odbijanje kupnje osiguranja.

Skala (2008.) definira samouvjerenost kao precijenjenost znanja i informacija koju posjeduje pojedinac. Huang i Lou (2015) istraživali su koliko pristranost samopouzdanja utječe na iznos zdravstvenog osiguranja u starijoj populaciji SAD i Kine. Rezultati su pokazali da osobe koje imaju krivu percepciju svog zdravlja nemaju adekvatno ili uopće nemaju zdravstveno osiguranje, dok osobe koje su svjesnije svog zdravlja, imaju odgovarajuće osiguranje. Također, Bregu (2020) je u svome radu dokazala da ako se pojedinac odluči za kupnju osiguranja, ako je pretjerano samopouzdana osoba kupit će osiguranje uz manje pokriće. Također, tvrdi da navedene pristranosti treba u budućnosti uzeti u obzir jer imaju velik utjecaj na tržište osiguranja. Graminha i Afonso (2021) su zaključili da mlađi muškarci u slučaju osiguranja vozila imaju iskrivljeniju percepciju o svojim sposobnostima i mogućnostima zbog prevelikog utjecaja samopouzdanja na vlastitu percepciju stvarnosti.

H6: Iluzija kontrole utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Prema Portu (2019) ekonomisti su identificirali velik broj pristranosti koje su usko povezane s „pretjeranim samopouzdanjem“. Iluzija kontrole je jedna od njih. Iluzija kontrole je pristranost zbog koje pojedinac vjeruje da može u potpunosti i/ili djelomično utjecati na potencijalne ishode u budućnosti (Science Daily, 2021). Yarritu i sur. (2013) obavili su istraživanje na dvije skupine ljudi. Ishod u obje skupine nije mogao biti predviđen. U jednoj skupini pojedinci su bili aktivno uključeni u proces, dok je druga skupina samo promatrala sve uzročno posljedične veze u procesu. Rezultati istraživanja pokazali su da su uključeni pojedinci stvarali veću iluziju kontrole i svojih mogućnosti. Slična situacija se događa i s osiguranjima, pojedinac ima samopouzdanje i vjeruje u svoje mogućnosti, stoga stvara lažnu iluziju kontrole i lažnu sigurnost oko sebe.

H7: Pretjeran optimizam utječe na odbijanje kupnje osiguranja

Port (2019) u svom istraživanju potvrđuje da pojedinci koji su pretjerano optimistični često su skloni donošenju krivih procjena, bilo da se radi o procjeni štete, troška ili rizika. Sum i Nordin (2018) navode da je opravdanje pojedinca često „neće se to dogoditi meni“ ili „koja je vjerojatnost da se dogodi baš meni“, te tako idu kroz sve situacije. Neki pojedinci ne žele pričati o negativnim događajima koji se mogu dogoditi, jer vjeruju da tako otvaraju Pandorinu kutiju loših situacija.

1.4. Ciljevi istraživanja

Primarni cilj ovoga istraživanja je analizirati utjecaj kognitivnih pristranosti na odluku pojedinca o neosiguravanju, odnosno ispitivati je li pristranosti predstavljaju prepreku za osiguranje. Cilj je istražiti i utjecaj ekonomskih i demografskih čimbenika koji potencijalno mogu utjecati na odluku pojedinaca o odbijanju kupnje osiguranja. Također, cilj istraživanja je i pružiti pregled postojeće literature u području primjene bihevioralne ekonomije u osiguranju.

1.5. Metode istraživanja

U procesu izrade rada koristit će se sljedeće znanstveno – istraživačke metode:

Komparativna metoda: komparativna metoda služi za usporedbu više objekata koji su u procesu proučavanja (Metzinger i Toth, 2020). U radu će se uspoređivati rezultati provedenog istraživanja s rezultatima istraživanja na istu temu, kako bi prikazali sličnosti i/ili različitosti.

Induktivna metoda: Induktivna metoda je metoda kojom se zahvaljujući posebnim ili pojedinačnim činjenicama dolazi do općeg zaključka (Zelenika, 2000). Analizirajući prijašnja istraživanja i radove, doći će se do općih zaključaka o kognitivnim pristranostima u tržištu osiguranja.

Metoda analize i sinteze: Analiza je traženje povezanosti između uzoraka te donošenje zaključka uz pomoć raščlanjivanja cjelovitog na sastavne elemente. Sinteza je obrnut proces od analize (Metzinger i Toth, 2020). Uz navedene metode sve složeniji elementi bihevioralne ekonomije, odnosno kognitivni čimbenici raščlanili bi se na jednostavnije dijelove.

Metoda deskripcije: Metoda deskripcije služi kako bi se opisala pojava koja se istražuje (Metzinger i Toth, 2020). U radu će se deskripcijom opisati veza i odnos između kognitivnih pristranosti i odabir osiguranja.

Metoda ankete: Metoda ankete je metoda u kojoj se određuje uzorak, unutar kojeg je određeni broj ispitanika kojem se daje isti upitnik. Sva pitanja su ista te ispitanici imaju mogućnosti odabira između

ponuđenih odgovora (Metzinger i Toth, 2020). Prikupljat će se stavovi i odgovori pojedinaca. Nakon prikupljanja podaci će se kvantitativno obraditi primjenom logističkog regresijskog modela.

1.6. Doprinos istraživanja

Područje bihevioralne ekonomije, odnosno utjecaj kognitivnih čimbenika na ponašanje pojedinca prilikom donošenja odluka predmetom je sve brojnijih istraživanja. Postojeća istraživanja na navedenu temu su značajno usmjerena na proučavanje kognitivnih čimbenika koji utječu na investicijske odluke i menadžerske odluke, a manje na područje osiguranja u domaćoj literaturi. Ovaj rad bi stoga mogao dati doprinos istraživanjima utjecaja kognitivnih pristranosti na odluku o neosiguravanju u domaćim okvirima. Također, mogao bi pružiti i aplikativni doprinos društvima za osiguranje prilikom prodaje i jedinicama izloženima riziku prilikom kupnje osiguranja.

1.7. Struktura diplomskog rada

Rad će biti podijeljen na empirijski i teorijski dio. Nakon uvodnog dijela u kojem smo se upoznali s temom, ciljevima, predmetom i problemom istraživanja, u drugom dijelu naglasak će biti na osiguranju. Prikazat se sve vrste rizika, pozitivne i negativne strane osiguranja, koliki dio populacije posjeduje ili ne posjeduje osiguranja i na kraju koji čimbenici utječu na odluku o kupnji samog osiguranja. Treći dio rada odnosi se na kognitivne pristranosti i pregled empirijskih istraživanja koja su provedena na sličnu temu. Četvrti dio rada obuhvatit će istraživanje utjecaja kognitivnih pristranosti na nekupnju osiguranja za koje će se podaci prikupiti metodom ankete, te donijeti zaključak imaju li određene pristranosti utjecaj na potražnju za osiguranjem. U zadnjem dijelu rada raspravit ćemo o dobivenim rezultatima i donijeti zaključke.

2. IZLOŽENOST RIZICIMA I OSIGURANJE U UPRAVLJANJU RIZICIMA POJEDINCA

2.1. Raznovrsnost rizika

Holton (2019) ukazuje da je rizik kao pojam česta tema u literaturi, no u konačnici nedostaje općeprihvaćena definicija rizika. Rizik je po sebi pojam koji se opire formalnoj definiciji. Miloš Sprčić i Sprčić (2009) definiraju rizik kao nemogućnost predviđanja ishoda budućeg događaja s potpunom sigurnošću. Stoga je potrebno upravljati rizicima, a upravljanje rizikom se može definirati kao poduzimanje radnji kako bi se minimizirao negativni utjecaj kojeg rizik može donijeti.

Taylor-Gooby (2002) u svom radu tvrdi da je istraživanje rizika područje u kojem sudjeluju mnogobrojni stručnjaci iz različitih znanstvenih područja. Takva istraživanja pokrivaju široki raspon područja od visoko akademskih analiza, do laboratorijskih analiza i istraživačkih studija. Rizici s kojima se danas susrećemo su rizici koji su ujedno i društveni i tehnički fenomeni, što objašnjava dostupnost i količinu „osiguranja“ u svijetu. Na teorijskoj razini došlo je do promjena u razumijevanju strategija u odlučivanju i iracionalnosti ponašanja. Važna uloga pridaje se i emocijama u percepciji rizika. Unatoč značajnim promjenama u područjima istraživanja rizika i dalje je teško identificirati cjelokupni koncept koji povezuje različita područja istraživanja rizika.

Taylor-Gooby (2002) u definiranju rizika pridaje važnost i disciplini koja ga definira. Za teoretičare odlučivanja i ekonomske psihologe, naglasak se obično stavlja na kognitivne aspekte. S druge strane, socijalni psiholozi, sociolozi i socijalni antropolozi pristupaju riziku kao objektu aktivnih procesa definiranja od strane pojedinaca, društvenih skupina i institucija. Unatoč različitim čimbenicima pri definiranju rizika, sve discipline se slažu da je percepcija rizika kod ljudi pod utjecajem konteksta u kojem vide dati rizik. Različiti pristupi riziku daju i drugačije odgovore na isti. Zaključno se može potvrditi da je definiranje rizika pod utjecajem emocija, kulture, institucija i drugih svakodnevnih čimbenika.

Kroz povijest, utjecaj globalizacije, tehnologije i informatike doprinio je promjenama svakodnevice. Osim pozitivnih segmenata nova svakodnevnica u sebi donosi i „nove“ rizike (Alaszewski, 2004).

Rizici se mogu klasificirati prema više kriterija, no zbog čimbenika koji su bitni osigurateljima koristit ćemo se narednom klasifikacijom prikazanoj u tablici 1. (Ćurak i Jakovčević, 2007).

Tablica 1

Klasifikacija rizika

RIZIK				
Financijski	Osnovni	Statički	Osigurljivi	Neosigurljivi
Nefinancijski	Posebni	Dinamički	Čisti	Špekulativni Politički Tehnološki
			Osobni	
			Imovinski Odgovornost Propust drugih	

Izvor: izrada autora, preuzeto iz Ćurak, M., Jakovčević, (2007), str. 66.

1. **Financijski i nefinancijski rizik** – financijski rizik javlja se u situaciji kada postoji izloženost riziku koji uključuje financijske gubitke, dok nefinancijski rizik nema financijske posljedice.
2. **Osnovni i posebni rizik** – osnovni rizik je rizik koji je pod utjecajem „vanjskih“ čimbenika, odnosno pojedinac samostalno ne može utjecati na njih, to su npr. rizici povezani s društvenim, političkim i ekonomskim fenomenima. Za osnovne rizike se također smatra da za njih odgovara društvo u cijelosti, ne pojedinac samostalno. Dok je posebni rizik onaj koji nastaje kao posljedica ponašanja pojedinca, a ne društva ili skupine ljudi. Za razliku od osnovnog rizika, za posebni rizik pojedinac samostalno snosi odgovornost.
3. **Statički i dinamički rizik** – dinamički rizik povezan je s promjenama u gospodarstvu, promjenama poput rasta cijene, pada potražnje, i sl. Takvi rizici su prisutni tijekom dužeg vremenskog perioda i mogu donijeti znatne financijske gubitke. Za razliku od dinamičkih rizika statički rizici nastupaju iako nema promjene u gospodarstvu odnosno uključuju oštećenje ili uništavanje sredstava kao rezultat prirodnih opasnosti, nepoštenja ili ljudskih propusta. S obzirom na to da se pojavljuju kroz određeni vremenski period, više su predvidljivi i samim time prikladniji za osiguranje od dinamičkih rizika.
4. **Osigurljivi i neosigurljivi** – osigurljivi rizik je rizik za koji se može utvrditi njegova veličina i mogućnost pokrivanja nastale štete. Pod osigurljivim rizikom ubrajamo **čisti rizik** i njegove podvrste:

Osobni rizik – predstavlja rizik koji može uzrokovati gubitak prihoda ili gubitak sposobnosti stvaranja prihoda, to su rizici poput bolesti, ozljeda, nesreće i sl. Ako se navedeni rizik ostvari, utjecat će na financije pojedinca i/ili njegove obitelji.

Imovinski rizik – rizik kojem je izložena sva vrsta imovine, te može doći do njenog uništenja ako se rizik ostvari. S imovinskim rizikom javljaju se dva oblika gubitka: gubitak same imovine ili gubitak prihoda koji je trebao proizaći iz uništene imovine.

Rizik od odgovornosti – rizik koji može izazvati štetu na imovini, zdravlju ili životu druge osobe. Štete mogu nastati iz različitih aktivnosti poput uporabe automobila, obavljanja profesije, posjedovanjem imovine i slično.

Rizici nastali iz propusta drugih osoba – uključuju štete koje mogu nastati zbog neispunjavanja obveza treće osobe tijekom obavljanja određenih poslova, npr. neplaćanje kompenzacija.

Neosigurljivi rizici su oni rizici za koje osiguratelj ne može odrediti visinu potrebne premije ili ne može diverzificirati rizik.

Špekulativni rizici – rizici koje pojedinac prihvaća svjesno i svjestan je mogućnosti dobitka ili gubitka, takav rizik se ne može osigurati jer nije u skladu s načelima osiguranja.

Politički rizik – rizik koji je pod utjecajem vlasti, te proizlazi iz političkih odluka te države, ti su rizici npr. promjena valute, promjena visine poreza, ograničenja vezana za uvoz i izvod dobara i sl.

Tehnološki rizici – rizici koji se javljaju unutar tehnološke sfere, poput gubitka uslijed napada hakera, kvarova na računalu, prevare itd.

2.2. Prednosti i nedostaci osiguranja

Anđelinović i sur. (2019) tvrde da je temeljna zadaća osiguranja zaštita života i imovine od rizika, stoga društva za osiguranje imaju veliku ulogu u očuvanju ekonomske stabilnosti pojedinca i društva u cijelosti. Vaughan (2000) je definirao osiguranje kao sustav s dva temeljna obilježja: prijenos rizika s pojedinca na zajednicu rizika, gdje pojedinac uočava rizik od opasnosti te se s prijenosom rizika štiti, te podrazumijeva sustav podjele nastalih gubitaka na sve osiguranike u jednakom iznosu u obliku premija koje uplaćuju. Iz perspektive pojedinca, osiguranje je instrument kojim zamjenjuje mali iznos premije koju plaća za relativno visok i neizvjestan financijski gubitak s kojim se može susresti. Ćurak i Jakovčević (2007, str. 22.) u najširem smislu definiraju osiguranje kao ekonomski institut koji štiti jedinice izložene riziku od štetnih posljedica uslijed prirodnih sila ili slučajnih događaja. Društva za osiguranje djeluju na principu unaprijed prikupljanja sredstava – *premija*, koje se kasnije koriste za naknadu svih materijalnih ili nematerijalnih gubitaka prouzročenih osiguranim rizikom.

Autori Ćurak i Jakovčević (2007.) funkcije osiguranja dijele na tri dijela: *zaštitnu funkciju*,

mobilizacijsko-alokacijsku funkciju i društveno-socijalnu funkciju.

Zaštitna funkcija – kao što i sam naziv govori cilj ove funkcije je zaštita čovjeka, zaštita svih aktivnosti koje on obavlja, s obzirom na rizike koje donosi složenost posla ili uvjeti rada. Kako bi se poboljšala zaštita pojedinca osiguranje u sebi obuhvaća i dvije mjere: preventivne mjere i represivne mjere. Sustav preventive su sve aktivnosti i instrumenti koji potpomažu uklanjanju aktivnosti koji mogu izazvati potencijalnu štetu. Sustav preventive identificira sve moguće uzročnike šteta te ih eliminira i/ili ograničava. Dok je sustav represije skup mjera i aktivnosti uz pomoć kojih se spašavaju ljudski životi i njihova imovina. U primjeru svakodnevice protupožarni aparat pripada sustavu preventive, dok su vatrogasne službe sustav represije.

Mobilizacijsko – alokacijska funkcija – funkcija koja pruža prijenos novčanih sredstava od štedno suficitnih subjekata ka štedno deficitnim subjektima. Društva za osiguranje, dio uplaćenih premija ulažu na financijska tržišta. Osiguratelji donose investicijske odluke koje uvelike utječu na smjer i dinamiku financijskog tržišta. Kako bi društva za osiguranje ostvarila što efikasniju alokacijsku funkciju potrebna im je što šira ponuda financijskih instrumenata, što je ujedno i pokazatelj razvijenosti financijskog tržišta.

Društveno – socijalna funkcija – funkcija koju će društvo za osiguranje ostvariti kroz potpunu ekonomsku, socijalnu i zdravstvenu zaštitu čovjeka i obitelji. Kroz ekonomsku zaštitu očekuje se materijalna i novčana naknada u visini štete. Unutar socijalne funkcije podrazumijeva se briga za buduće potrebe i pokriće budućih poslova. Bijelić i Miletić (2009) tvrde da je u posljednje vrijeme primijećen trend opadanja socijalnih pomoći i generalno državne brige o umirovljenicima i ugroženima. Danas najranjivije skupine su u sve većem strahu, uz manjak povjerenja u državu. Zbog svoje sigurnosti okreću se alternativnim mogućnostima, u ovom slučaju osiguranju. U tom kontekstu društava za osiguranje nude razne mogućnosti poput osiguranja rente. Svrha zdravstvene funkcije je poboljšavanje kvalitete i usluga zdravstvenog osiguranja. Zdravstvena funkcija najčešće je popraćena problematikom doprinosa u državi i proračunskog deficita. Ovisno o odlukama vodećih u državi mijenjaju se i aktivnosti osiguranja koje uključuju društveno socijalne funkcije.

Osim triju navedenih funkcija Bijelić i Miletić (2009) u svom radu dodaju i *razvojnu funkciju i antiinflacijsku funkciju*. Tvrde da zbog količine sredstava kojim raspolažu, društva za osiguranje mogu ulagati u razvojne programe radi dobrobiti društva, dok antiinflacijska funkcija djeluje zbog vremenskog razmaka između uplata i isplata premija i iznosa štete te ne dolazi do trenutne potrošnje naknade, stoga je i manji pritisak na rast cijena.

Babbel i sur. (2005) naglašavaju važnost i dobrobiti koje društva za osiguranje donose u svakodnevnicu. Uz svoje obvezne funkcije za pravilno funkcioniranje gospodarstva, društva za osiguranje bude svijest pojedinca o potencijalnom riziku i potiču na radnje koje će ublažiti sami rizik.

Uz zaštitu koju osiguranje donosi, osiguranje za pojedinca može predstavljati i štednju. Osobe koje samostalno ne bi štedjele, uz osiguranje (životno) primorani su plaćati mjesečnu premiju. U tom obliku životno osiguranje im predstavlja štednju (Pavić Kramarić i sur., 2018).

Tržište osiguranja je nesavršeno tržište i iz toga proizlaze i neke negativne aktivnosti. Na tržištu osiguranja javlja se informacijska asimetrija. Neetični prodavatelj osiguranja, informacije o nižoj cijeni ili nepoznavanje tržišta od strane kupca može iskoristiti kao prodajnu taktiku te tako kupca nagovoriti na lošu ili krivu kupnju bez potpunih informacija koje su mu potrebne. Neetični osiguratelj također na sebe može preuzimati prevelik rizik, naplaćivati premalu premiju ili uplaćene premije ulagati u loše investicije što nakon određenog vremena lošeg poslovanja povećava mogućnost insolventnosti. Ako društvo za osiguranje postaje insolventno ili nelikvidno ta situacija ima utjecaj na cjelokupni financijski sustav. Kako bi se navedene radnje minimizirale i kako bi se zaštitili potrošači države donose sve stroža pravila i jačaju regulaciju na tržištu osiguranja (Ćurak i Jakovčević, 2007). Utjecaj pandemije u 2020. otvorio je brojna pitanja na temu poslovanja financijskih institucija, pa tako i pitanje poslovanja društava za osiguranje, gdje je rizik likvidnosti bio važan čimbenik (Žigman, 2021). Rizik likvidnosti je rizik da institucija neće imati dovoljno likvidnih sredstava za podmirenje svih svojih tekućih obveza. Društva za osiguranje, ujedno i institucionalni investitori, zbog vremenske razgraničenosti uplate premija i isplate šteta najčešće ulažu u dugoročnu imovinu. Rizik likvidnosti je jedan od glavnih problema koji se javljaju u trenucima pojave krize, te je takva situacija uslijedila i 2020. Ublažavanjem pandemije, dolazi do opravka financijskog tržišta, unatoč tome što su portfelji hrvatskih društava za osiguranje visoko likvidni, Žigman (2021) vjeruje da je potrebna veća kontrola i što brža reakcija vladajućih u iznenadnim situacijama poput krize.

2.3. Koliko ljudi (ne)kupuju osiguranja?

Svakim danom izloženi smo riziku, sam rizik je nemoguće izbjeći, ali je zato moguće smanjiti njegov utjecaj. Jedan od načina upravljanja rizicima je kupnja police osiguranja koja nam donosi isplatu naknade štete ako nastupi rizični događaj. Police osiguranja su proizvodi društava za osiguranje. U Republici Hrvatskoj 2022. godine poslovalo je 15 društava za osiguranje i 4 podružnice društava za osiguranje u Europskoj uniji (Hrvatski ured za osiguranje, 2023).

Prema Zakonu o osiguranju (članak 3., NN 112/18, 63/20, 151/22) „društvo za osiguranje definirano je kao pravna osoba sa sjedištem u Republici Hrvatskoj koja obavlja poslove životnog ili neživotnog osiguranja, koja ima odobrenje Agencije za obavljanje poslova osiguranja i upisana je u sudski registar nadležnog trgovačkog suda. Društvo za osiguranje iz druge države članice je pravna osoba sa sjedištem u drugoj državi članici koja ima odobrenje nadležnog nadzornog tijela za obavljanje poslova osiguranja.“

Važno je napomenuti da je hrvatski financijski sustav bankocentrično orijentiran. Banke sudjeluju sa 71.03% udjela u ukupnoj aktivni svih financijskih institucija. Slijede obvezni mirovinski fondovi sa 16.33%, te društva za osiguranje s udjelom od 5.79%. Kako bi prikazali razvijenost i zastupljenost društava za osiguranje u RH, može se reći da društva za osiguranje i mirovinski fondovi zajedno čine 27.59% udjela. Gledano kroz ulaganje otprilike 100€ financijske imovine koje je uložio prosječni građanin Republike Hrvatske, čak 28€ uloženo je u društva za osiguranje i mirovinske fondove. (Hrvatski ured za osiguranje, 2023).

Analizirajući tržište osiguranja i financijskog tržište u cijelosti uočavamo da su posljednje tri godine sa sobom donijele velike šokove. U 2020. pojava pandemije koronavirusa popraćena potresima na području sjevera Hrvatske ostavila je znatan trag na gospodarstvo Hrvatske. Osjetan pad potražnje uočava se u svim područjima tako i u području tržišta osiguranja, gdje je broj uplaćenih premija za 2020. bio znatno manji. Oporavkom od pandemije, 2021. donosi bolje rezultate, tj. veći iznos uplaćenih premija. Takav pozitivni trend nastavlja se i u 2022. godini. U Republici Hrvatskoj 2022. ukupna bruto zaračunata premija iznosila je 1,682 mlrd. €, što je za 8,1% više nego li prethodne godine. U ukupnoj bruto zaračunatoj premiji, u području životnih osiguranja očituje se pad od 1,8% u odnosu na 2021. Dok je premija neživotnih osiguranja rasla za 11,5% u odnosu na prethodnu (Hrvatski ured za osiguranje, 2023).

Prema podacima Hrvatskog ureda za osiguranje (2023) ukupna premija po stanovniku (pokazuje koliko se prosječno troši na osiguranje) 2022. iznosila je 437€, 339€ za neživotno i 98€ za životno osiguranje. Prema ovom podatku, Hrvatska je daleko od prosjeka razvijenijih zemalja, stoga se na tom tržištu u budućnosti očekuje veći rast i razvoj.

Tablica 1*Ukupna zaračunata bruto premija i likvidirane štete (bruto iznos) 2006.-2022.*

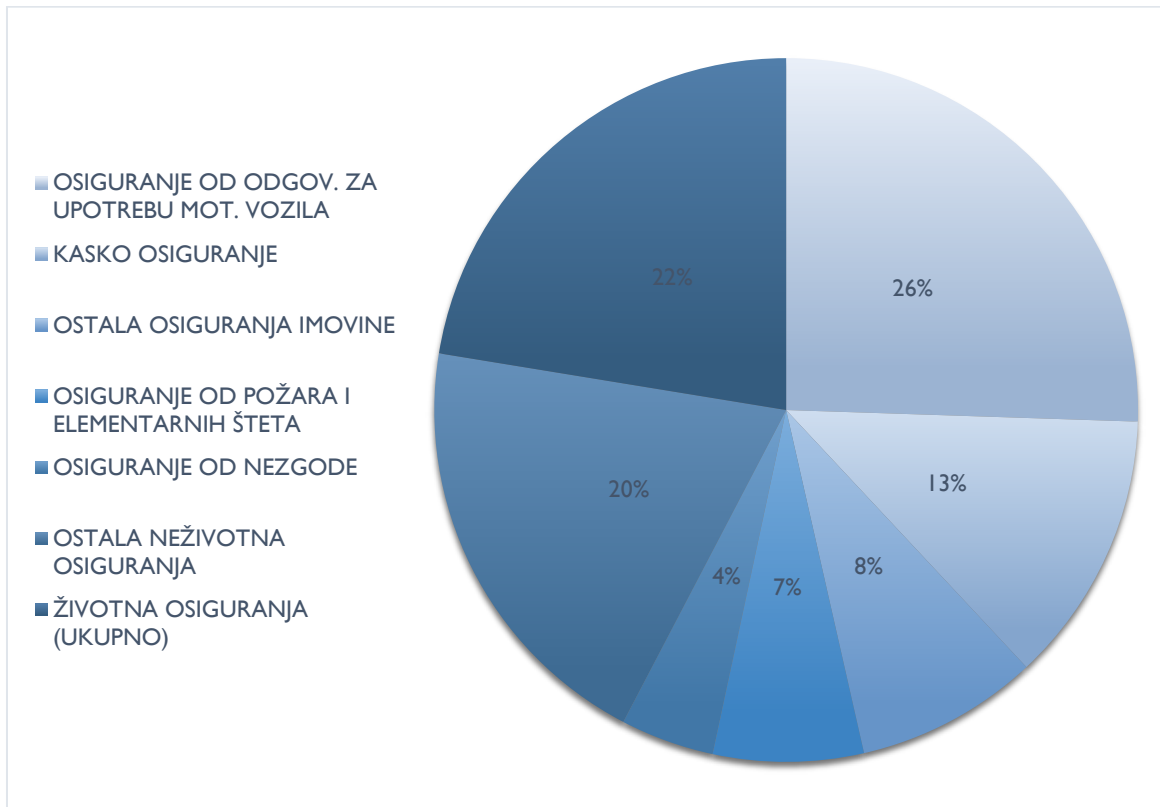
	Zaračunata bruto premija (000 €)	% promjene	Likvidne štete, bruto iznos (000 €)	% promjene
2006.	1.085.693	11.3	521.748	13.8
2007.	1.203.123	10.8	566.904	8.7
2008.	1.285.567	6.9	609.445	7.5
2009.	1.249.099	-2.8	634.528	4.1
2010.	1.227.094	-1.8	583.419	-8.1
2011.	1.213.783	-11.1	606.247	3.9
2012.	1.199.612	-1.2	615.148	1.5
2013.	1.204.672	0.4	621.122	1.0
2014.	1.136.287	-5.7	585.514	-5.7
2015.	1.157.963	1.9	609.358	4.1
2016.	1.162.802	0.4	631.080	3.6
2017.	1.201.928	3.4	677.723	7.4
2018.	1.308.067	8.8	737.025	8.8
2019.	1.391.113	6.3	793.188	7.6
2020.	1.390.281	-0.1	869.171	9.6
2021.	1.552.637	11.7	970.545	11.7
2022.	1.682.332	8.4	1.025.047	5.6

Izvor: izrada autora, prema podacima Hrvatskog ureda za osiguranje (2023.)

Podaci iz tablice 2 nam jasno pokazuju trendove u kretanju osiguranja. U 2014. vidi se značajan pad zbog utjecaja gospodarskih kretanja u to vrijeme. Oporavak gospodarstva 2017. utjecao je i na tržište osiguranja koji bilježi rast sve do 2020. u kojoj su gospodarstva pred novom krizom. Kroz navedene rezultate možemo potvrditi da makroekonomski čimbenici (inflacija, BDP, tržište rada) direktno utječu na potražnju za osiguranjem (Hrvatski ured za osiguranje, 2022).

Grafički prikaz 1

Struktura ukupne premije po vrstama osiguranja, 2022.



Izvor: izrada autora, prema podacima Hrvatskog ureda za osiguranje

Na grafičkom prikazu 1 predočena je struktura premija po vrstama osiguranja u RH za 2022. godinu. Uzimajući u obzir svih 15 društava za osiguranje i sve police osiguranja u RH, najveći iznos premija uplaćen je za osiguranje od automobilske odgovornosti s udjelom od 25.5%, potom slijedi premija za životna osiguranja s udjelom od 22.4%. Treća skupina osiguranja se odnosi na ostala neživotna osiguranja s udjelom od 19.9%. Neživotno osiguranje dalje se dijeli na podvrste: kasko 12.5% ukupne premije, osiguranje imovine s 8.4%, osiguranje od požara i elementarne štete 6.9%, osiguranje od nezgode 6%, osiguranje od požara s 4.3%.

Unatoč značajnom porastu iznosa premije, udio premije u bruto domaćem proizvodu u 2022. iznosio je 0.6%, a prosječna premija životnog osiguranja po stanovniku samo 97.99€, što je i dalje znatno niže od prosjeka ostalih europskih zemalja (Hrvatski ured za osiguranje, 2022).

Prema svim navedenim podacima možemo zaključiti da stanje u ekonomiji i društvu uvelike utječe na potražnju za osiguranjem pa tako i u RH. Tržište osiguranja u Hrvatskoj i dalje nije u razini razvijenih zemalja, no Krišto i sur. (2021) kroz istraživanje generacije Z, dolaze do zaključka da mladi (ponajviše studenti u Hrvatskoj) uistinu razmišljaju o budućnosti, mogućnostima koje se nude na tržištu osiguranja, ali i idejama za vlastitu mirovinu. Autori vjeruju da bi svijest o riziku i benefitima osiguranja

trebalo bolje plasirati uz razne digitalne kanale uz što više personalizirane proizvode kako bi se što više približili mladima.

2.4. Čimbenici potražnje za osiguranjem

Anđelinović i sur. (2016) u svom radu istražuju čimbenike potražnje za životnim osiguranjem u 13 zemalja članica EU. Podijeljeni faktori su svrstani u četiri kategorije: **makroekonomske, socijalne, demografske i institucionalne varijable**. Makroekonomske varijable predstavljaju ekonomske uvjete. Demografske i socijalne varijable vezane su uz stanovništvo i njihove općenite karakteristike, dok su institucionalne varijable vezane za pravni i regulatorni okvir države koji utječe na poslovanje društava za osiguranje.

Makroekonomske varijable – u makroekonomske varijable ubrajaju se čimbenici poput realnog BDP-a po stanovniku, inflacije, realne kamatne stope, stope nezaposlenosti i financijske razvijenosti. Prema ekonomskim teorijama rast čimbenika poput dohotka, realne kamatne stope i financijske razvijenosti dovodi do povećane potražnje za osiguranjem, dok viša inflacija i veća stopa nezaposlenosti uzrokuju pad potražnje za osiguranjem.

Demografske i socijalne varijable – demografske i socijalne varijable čine čimbenici poput očekivanog životnog vijeka, omjera uzdržavanih članova obitelji (starih i mladih), obrazovanja, urbanizacije i zdravstvene potrošnje. Za čimbenik očekivanog životnog vijeka pretpostavlja se da utječe pozitivno na potražnju za životnim osiguranjem. Urbanizacija i obrazovanje često se povezuju, te se smatra da njihova pojava utječe pozitivno na potražnju, no u nekim istraživanjima uočavamo različite rezultate. Utjecaj omjera starih i mladih uzdržavanih članova obitelji na kupnju osiguranja može biti i pozitivan i negativan. Naime, porast broja uzdržavanih članova obitelji stvara potrebu za osiguranjem hranitelja obitelji, posebno od rizika smrti, kako u slučaju materijalizacije rizika, egzistencija uzdržavanih članova ne bi bila ugrožena. S druge strane, veći broj uzdržavanih članova obitelji povezan je s većim troškovima, što hranitelju obitelji smanjuje mogućnost osiguranja. U slučaju zdravstvene potrošnje ako država financira zdravstvo svog stanovništva, ono je naplaćeno iz poreznih prihoda. Povećanim porezom stanovnika, smanjuje se dohodak (makroekonomski čimbenik) koji sa svojim smanjenjem utječe negativno na potražnju životnog osiguranja.

Institucionalne varijable – institucionalne varijable su čimbenici poput političke stabilnosti, vladavine prava, kontrole korupcije, kvalitete regulacije. Poboljšavanje svih navedenih čimbenika utjecat će pozitivno na potražnju za životnim osiguranjem, zbog većeg povjerenja stanovnika u državu pa samim time i financijske institucije.

Kako bi otkrili koji sve čimbenici utječu na potražnju za osiguranjem, istraživači su kroz svoja istraživanja uzimali u obzir više ekonomskih, demografskih i društvenih varijabli. Tako Burnett i Palmer (1984) tvrde da različite demografske i socioekonomske varijable utječu na kupnju osiguranja. U istraživanju su zaključili da *dohodak, životni ciklus i zanimanje* utječu na kupnju životnog osiguranja. Prema istraživanju koje je predvodio Cummins (1973) dokazano je da su *rast BDP-a i stalnog dohotka* proporcionalni s povećanom kupnjom proizvoda društava za osiguranje. Osim ekonomskih i demografskih varijabli tvrde da su i psihološke varijable značajne za kupnju osiguranja. Psihološke varijable su one koje opisuju životni stil pojedinca. Radi se o varijablama poput osobnosti, stava i bihevioralnih procesa. Navedene varijable u kombinaciji s demografskim karakteristikama, mogu upotpuniti sliku pojedinca kojeg promatramo te tako bolje procijeniti njegovo buduće ponašanje.

Uzimajući u obzir sva istraživanja koja su provedena do tad, Browne i Kim (1993) progovaraju o raznim čimbenicima koje utječu na kupnju osiguranja. Velik naglasak stavljaju na *nacionalnost*, vjeruju da je nacionalnost i/ili vjera faktor koji ulijeva ili ne ulijeva povjerenje građanima. Osim nacionalnosti, faktor *obrazovanja* također utječe na potražnju. Države u kojima građani imaju veći stupanj obrazovanja imaju i veću potražnju za osiguranjem. Ako su *državne i/ili socijalne isplate* veće, očekuje se pad potražnje za osiguranjem jer se tako smanjuje strah od neizvjesnosti u budućnosti. Zaključno se može potvrditi da velik broj ekonomskih, demografskih i psiholoških čimbenika utječe na kupnju osiguranja. Beck i Webb (2003) u svom istraživanju uzimaju velik broj varijabli u obzir: *demografske čimbenike, omjer mlađe populacije, omjer starije populacije, očekivani životni vijek, obrazovanje, religija (islam), urbanizacija, ekonomski čimbenici, prihod, osobna štednja, inflacija, volatilnost inflacije, razina razvijenosti bankarskog sustava, socijalno osiguranje, institucionalne varijable, revolucije i prevrati, razvoj institucija*. Došli su do zaključka da države koje imaju veći *dohodak, nižu inflaciju i bolje razvijen bankarski sustav* više razvijeno životno osiguranje. Države u kojima stanovnici imaju veći udio *osobne štednje*, ili u kojim više ulažu u nekretnine također imaju veći udio životnih osiguranja. U njihovom slučaju razina *obrazovanja stanovnika, očekivani vijek života i više mlađeg stanovništva* nema značajan utjecaj na potražnju za osiguranjem. Coe i sur. (2016) u svom istraživanju također dolaze do zaključka da elementi poput *dohotka, godine starosti, obrazovanja, ali i bračnog statusa* utječu na kupnju životnog osiguranja. Tvrde da pojedinci često nisu svjesni što se sve pokriva životnim osiguranjem i u kojem iznosu. Pojedinci će uzimati više osiguranja ako imaju sve detaljnije informacije o beneficijama koje ono donosi.

U Republici Hrvatskoj, provedena istraživanja donose slične zaključke. Barbir (2004) tvrdi da na potražnju za osiguranjem utječu ekonomski čimbenici *dohodak, štednja, cijena police osiguranja, prinos na policu osiguranja i demografski čimbenici starost i broj uzdržavanih članova, dok spol i razina obrazovanja* u ovom istraživanju ne utječu na kupnju osiguranja. Ćurak i sur. (2019) u svom istraživanju

došli su do rezultat da *dohodak, averzija prema riziku, vjera u institucije i bolji institucionalni okvir, urbanizacija i financijski razvitak* utječu pozitivno na potražnju za životnim osiguranjem, dok *kamatna stopa, sustav socijalne zaštite i inflacija* utječu negativno na potražnju za životnim osiguranjem. *Financijska pismenost i dostupnost informacija* je varijabla koja do tada nije istraživana kao čimbenik potražnje za životnim osiguranjem. Autori su kroz svoj rad također zaključili da veća financijska pismenost i dostupnost informacija utječe pozitivno na potražnju za životnim osiguranje.

Osim navedenih čimbenika velik utjecaj imaju i kognitivne pristranosti o kojima ćemo više raspravljati u daljnjem tekstu.

3. PRISTRANOSTI U ODLUČIVANJU

3.1. Kognitivne pristranosti

DeBont i sur. (2010) tvrde da su osobna uvjerenja korisnika relevantne informacije u financijama. Tradicionalni pristup financijskoj ekonomiji kreće sa stajališta „homo economicusa“, ali racionalnost nije uvijek slučaj u stvarnom svijetu. Leković (2020) tvrdi da bihevioralne financije pomiču svoj fokus sa standardnih matematičkih i statističkih modela za proučavanje ljudskog ponašanja i psihologije. Fokus bihevioralnih financija je analiza procesa stvaranja financijskih odluka, pri čemu pobornici bihevioralne ekonomije ukazuju na česte pojave iracionalnog ponašanja u procesu financijskog odlučivanja. Iracionalnost koja se javlja u složenom svijetu financija temelji se na kognitivnim pristranostima, koje se javljaju zbog ograničenih kognitivnih sposobnosti donositelja odluka. Što bolje razumijevanje nastajanja kognitivnih pristranosti, odnosno iracionalnosti pojedinca može biti od velike koristi investitorima, menadžerima, ali i svim ostalim sudionicima financijskog tržišta.

Kupnja osiguranja je složen i dugotrajan proces i jedna od težih odluka s kojim se potrošači susreću. Složenost tog procesa uzrokovana je pitanjima o veličini rizika, financijskim potrebama i mogućnostima, kvaliteti proizvoda, ponudi osiguranja itd. Potrošači se susreću s raznim poteškoćama u procesu kupnje. Kupnja osiguranja je pod utjecajem emocija. Različite emocije mogu uzrokovati stvaranje kognitivnih pristranosti (Sum i Nord, 2018).

Kognitivne pristranosti su definirane kao iskrivljene ili iracionalne prosudbe koje se javljaju u svakodnevnim situacijama (Mathews, 2013). Kognitivne pristranosti utječu na odluke sudionika na financijskim tržištima. Pristranosti mogu dovesti do suboptimalne, a nekad i jako velike pogreške na tržištu (Kapor, 2014).

Pristranosti o kojima će biti riječ u daljnjem tekstu su heuristika dostupnosti, amnezija, kratkovidnost, ignoriranje Crnog labuda, pretjerano samopouzdanje, pretjeran optimizam i iluzija kontrole.

Heuristika dostupnosti situacija je u kojoj se pojedinac sjeća zadnjih događaja i očekuje njegova ponavljanja i u budućnosti. U ekonomskom svijetu često se događa da pojedinci pod navedenom pristranosti očekuju ista događanja na tržištu s obzirom na prošle dane (Prosad i Kapoor, 2015). Drugi naziv za heuristiku je još i „mentalni prečaci“. Osobe pod ovom pristranosti imaju potrebu riješiti problem u što kraćem roku, zbog toga se oslanjaju na površne podatke iz sjećanja. Situacija pod utjecajem heuristike često je lošeg rezultata, npr. investitori donose odluke na temelju nedovoljnih informacija (Leković, 2020).

Amnezija je pristranost u kojoj pojedinci slično kao u situaciji kratkovidnosti odbacuju informacije iz očekivanih budućih događaja, te vjeruju da znaju bolje za budućnost (Prsyne i sur., 2011). Amnezija se

još naziva i blijeđenje sjećanja na rizika, jer percepcija rizika uz ovu pristranost blijedi s vremenom umjesto da se u potpunosti briše u jednom trenu. Ova ljudska predrasuda sugerira da bi percepcija rizika bila puno jača odmah nakon određene katastrofe/nesreće, a potom blijedi kroz vrijeme (Kim, 2020). Manifestira se npr. kada pojedinac ima osiguranje od poplave i ne obnavlja ga redovito jer prošle poplave zaboravi (Meyer i Kunreuther, 2017).

Kratkovidnost se definira kao odbacivanje informacija iz očekivanih budućih događaja (Pryce, 2010). Javlja se u situaciji gdje pojedinci nisu u mogućnosti ili ne žele potrošiti resurse potrebne da gledaju dalje od kratkoročnog plana u budućnosti. Velik dio populacije je „kratkoročno orijentirano“ i često se isključivo oslanjaju na neposredno okruženje i situacije koje se trenutno događaju. S obzirom na to da su financijska tržišta jako zahtjevna okruženja, koja su promjenjive prirode, kratkovidnost je često prisutna (Clark, 2011). Meyer i Kunreuther (2017) tvrde da se manifestira kada osiguranik u samom početku ulaže u neisplative instrumente zbog previsokih troškova u početku.

Pryce i sur. (2011) vjeruju da su amnezija i kratkovidnost pristranosti koje se javljaju u situacijama gdje pojedinac pogrešno percipira rizik.

Ignoriranje crnog labuda prema Talebu (2005) znači da društvo u cjelini nije upoznato sa svim katastrofalnim posljedicama koje „Crni labudovi“ mogu učiniti. Događaj crnog labuda rijedak je i vrlo utjecajan događaj koji je teško predvidjeti i ima potencijal značajno poremetiti financijska tržišta (Trejo, 2023). Sa stajališta Taleba (2005) jako malo se zna o crnim labudovima, stvara se iskrivljena percepcija sigurnosti te se jako malo i raspravlja o mogućim rješenjima ako dođe do istog. Autor smatra da kroz medije ili obrazovanje, ljude treba upoznati o svim potencijalnim problemima koje novi „crni labudovi“ mogu donijeti.

Pretjerano samopouzdanje odnosi se na preveliku vjeru u sebe, ulagač ili sudionik financijskog tržišta pretjerano se oslanja na svoja znanja i svoje vještine, ignorirajući mogući rizik. U toj situaciji investitor svoje informacije smatra vrjednijima, neovisno o situaciji ili informacijama na tržištu. Takva pristranost pridonosi povećanom broju akcija, tj. trgovanja (Gamage i Sewwandi, 2015).

Pretjeran optimizam je sklonost pojedinca da budući događaj procijeni kao pozitivan i podcijeni potencijal za mogućnost neugodnog događaja. Optimistička pristranost je uvjerenje pojedinca da je baš za njega manja vjerojatnost pojave negativnog događaja, a šansa pozitivnog u većoj mjeri. Istraživanja potvrđuju poveznicu između pretjeranog optimizma i donošenja investicijskih odluka (Hidajat, 2019).

I pretjerano samopouzdanje i pretjeran optimizam često se pojavljuju zajedno u ponašanju pojedinca. Prema Todoroviću (2011) optimizam se oslanja na precjenjivanje srednje vrijednosti, dok se samopouzdanje odnosi na podcjenjivanje standardne devijacije ishoda.

Iluzija kontrole također je karakteristika usko vezana uz samopouzdanje i optimistične pojedince. Ova pristranost pojedincu stvara iluziju da ima kontrolu nad nekim događajem ili ishodom, što uopće nije slučaj. Kada se pojavljuje kao pristranost na financijskom tržištu, takvi ulagači često imaju dojam kontrole nad ishodom ulaganja. Takve vrste ulaganja često rezultiraju nedovoljnom ili pretjeranom diverzifikacijom portfelja (Leković, 2020). Navedeni efekt često se javlja u osoba koje su kroz prošli period donosile dobre financijske odluke, te su nakon toga pod dojmom iluzije (Nikolić, 2018).

3.2. Pregled empirijskih studija

Andrijašević i Petranović (1999) tvrde da je osnovna svrha osiguranja *zaštita i stvaranje financijske sigurnosti*. Životno osiguranje prepoznato je kao i oblik štednje za starost. Butt & sur. (2011) definiraju investiranje kao žrtvovanje sadašnjice za buduće beneficije. Odluke potrošača i/ili investitora na tržištima objašnjavaju se i uz uočavanje kognitivnih pristranosti, koje su sve češća tema istraživanja. Autori Kunreuther i Pauly (2000) tvrde da empirijski dokazi sugeriraju da mnogi pojedinci od kojih bi se očekivalo da imaju osiguranje nemaju pokriće (npr. osiguranje od poplave u rizičnijem prostoru), dok drugi koji čini se da ne trebaju zaštitu od određenih događaja zapravo posjeduju policu (npr. osiguranje pomoći/asistencije). U pregledu studija spomenut ćemo istraživanja koja opisuju kako kognitivne pristranosti utječu na odluke investitora na financijskom tržište te na odluke osiguranika pri odluci o kupnji osiguranja.

Antony i Joshep (2017) ispituju kako pet pristranosti utječe na donošenje odluka investitora. Ispituju utjecaj pretjeranog samopouzdanja, reprezentativnosti, averziju prema riziku, mentalno računovodstvo i oponašanje stada. Prema njihovom zaključku, pretjerano samopouzdanje donosi najbolje rezultate za investitora, što nam ukazuje na drugačije rezultate od prijašnjih.

Shunmugasundaram i Sinha (2022) provode istraživanja u kojima se ispituje utječu li četiri odabrane pristranosti na kupnju životnog osiguranja. Pristranosti koje se ispituju su: pristranost dostupnosti, pristranost konzervativizma, pristranost potvrđivanja i pristranost averzije gubitka. Nakon provedenog istraživanja zaključili su da sve četiri pristranosti imaju značajan i pozitivan utjecaj na ponašanje investitora kada je u pitanju kupnja životnog osiguranja. Rezultati navedenog istraživanja razlikuju se od nekih prijašnjih, no autori se i u ovom slučaju ograđuju s obzirom na neka ograničenja koja se javljaju. Kurniawan i Murhadi (2018) također u svom radu istražuju koje pristranosti utječu na kupnju životnog osiguranja. Ispituju kako pretjerano samopouzdanje, pretjeran optimizam, utjecaj stada,

heuristika dostupnosti, pristranost potvrde utječu na odluke o kupnji. Istraživanje su proveli na uzorku stanovnika Indonezije. Rezultati pokazuju da na kupnju životnog osiguranja u Indoneziji utječu dvije do sedam ispitanih pristranosti. Heuristika dostupnosti ima utjecaj na društvo u Indoneziji kada je u pitanju odluka o kupnji životnog osiguranja. U navedenom istraživanju pretjeran optimizam ne utječe na kupnju osiguranja, dok Kunreuther i Pauly (2018) ostvaruju drugačije rezultate. Oni pak tvrde da optimizam može uzrokovati da ljudi odbace kupnju osiguranja po povoljnoj cijeni jer su optimistični u pogledu budućnosti i zdravlja.

Pandey i Jessica (2018) u svom radu istražuju kako pet pristranosti (reprezentativnost, pretjeran optimizam, sidrenje, heuristika dostupnosti i zabluda kockara) utječe na kupnju nekretnina kao oblik ulaganja u Indiji. Oni pak dolaze do saznanja da sidrenje, reprezentativnost i dostupnost utječu na odluke investitora kada je u pitanju investiranje u nekretnine. Zabluda kockara i pretjeran optimizam u ovom slučaju nemaju utjecaj na odluke investitora.

Ritika and Kishor (2022) u svom su radu vršili validaciju skala bihevioralnih predrasuda (pristranosti). Njihovo istraživanje donosi novu hijerarhijsku strukturu pristranosti u ponašanju investitora. Također, još jednom je potvrđeno da investitori svoje odluke ne donose samo na temelju racionalnosti već se prepoznaje i utjecaj emocija. Heuristika dostupnosti očituje se kao najizraženija pristranost u ovom istraživanju. Važno je spomenuti i pristranost „žaljenja“ koja u nekim situacijama investitore ostavlja u „status quo“ situaciji zbog svoje jake izraženosti.

Barber i Odean (2001) istražuju pretjerano samopouzdanje. Prema njihovoj teoriji pretjerano samopouzdanje uočeno je više u muškoj populaciji, skladno tome veće promjene na tržištu i češće trgovanje obavljaju muškarci. Zaključak koji su donijeli je da su uistinu pretjerano samopouzdana investitori muškog spola, da zbog zablude o sebi i svojim mogućnostima češće trguju, ali zbog toga imaju i lošije rezultate od žena, jer njihove odluke nisu često isključivo racionalne. Najčešće se radi o muškarcima samcima. Leković (2020) u svom radu potvrđuje rezultate da samopouzdana ulagači nisu najčešće zadovoljni svojim rezultatima i obavljenim poslovima, stoga razloge i opravdanja traže u drugima, u okolnostima ili pak lošoj sreći tog trenutka, dok Kapor (2014) uz obje navedene pristranosti povezuje i pristranost traženja pažnje i odobrenja (eng. confirmatory bias).

Pryce i sur. (2011) istraživali su kako kratkovidnost i amnezija utječu na tržište nekretnina i kupnju osiguranja za nekretninu. Očekuje se da nekretnine koje su na područjima čestih poplava imaju nižu cijenu i manju potražnju, no baš zbog navedenih pristranosti to nije uvijek slučaj. Prema ekonomskim očekivanjima nekretnine na „opasnijim“ područjima trebalo bi osiguravati od poplava, ali su takva ponašanja u manjini. Autori smatraju da bi baš zbog ovakvih situacija, znanja o bihevioralnoj ekonomiji trebala uključiti u modele stambene ekonomije. Royall i Walls (2018) u svom radu potvrđuju da na

prostorima koji imaju veću vjerojatnost poplave pojavljuje se i pretjeran optimizam kao čimbenik koji utječe na kupnju osiguranja nekretnine. Vlasnici nekretnina su skloni vjerovanju da su njihovi domovi manje ranjiviji od susjednog. Osiguranje nekretnina od poplava i potresa istražili su i Kunreuther i Pauly (2018). U njihovom radu dokazano je da amnezija pak utječe na odbijanje kupnje osiguranja. Analize pokazuju da stanovnici poplavnih područja osiguranja imaju 2 do 4 godine, a u prosjeku na tom području žive 7 godina. Kalifornija je trusno područje i očekuje se da nekretnine u tom dijelu imaju osiguranje od potresa, no zbog utjecaja amnezija to nije slučaj. Unatoč razornom potresu 1994. danas na tom području je osigurano tek 10% nekretnina. Procjenitelji vjeruju da u slučaju potresa u Los Angelesu i San Franciscu štete bi rasle preko 200 milijardi \$.

Tematikom zdravstvenog osiguranja bavili su se Huang i Luo (2015) te su istražili kako pretjerano samopouzdanje utječe na kupnju dodatnog zdravstvenog osiguranja u SAD-u i Kini. Oni tvrde da siromašniji i stariji dio stanovništva nema odgovarajuće zdravstveno osiguranje s obzirom na njihovo zdravstveno stanje. Zaključili su da se isti uzorak ponašanja može uočiti u obje države. Stanovnici koji češće posjećuju liječnika, skladno tome imaju više informacija o svom zdravlju i imaju bolje zdravstveno osiguranje, dok stanovnici koji rijetko posjećuju liječnika samim time nemaju potpune informacije o svom zdravlju i imaju nedovoljno zdravstveno osiguranje. Također su zaključili da su osobe višeg obrazovnog statusa osvještenije o vlastitim zdravstvenim rizicima, stoga često biraju odgovarajuća osiguranja za sebe. Pretjerano samopouzdanje u ovom slučaju utječe negativno na kupnju osiguranja, tj. razlog je zašto ga osiguranici odbijaju kupiti.

Graminha i Afonso (2022) istraživali su tri pristranosti sidrenje, efekt okvira i odbitni efekt te kako one utječu na kupnju osiguranja motornih vozila. U svom istraživanju uz navedene pristranosti uzeli su u obzir i čimbenike poput bračnog statusa, godina i spola. Zaključili su da sve tri pristranosti utječu na kupnju osiguranja motornih vozila.

Sva navedena istraživanja mogu pomoći investitorima uočiti koje su sve pristranosti utjecale na njihove investicijske odluke, te kako mogu pozitivno iskoristiti neke pristranosti u budućnosti pri ostvarivanju što boljeg rezultata. Osim pozitivnih značajki za investitore, ovi podaci važni su i za društva za osiguranje gdje uz pomoć navedenih zaključaka mogu više razumjeti buduća ponašanja investitora, samim time svoje proizvode i planove za budućnost mogu prilagoditi situacijama. Važno je naglasiti da Krišto i sur. (2021) tvrde da bi budućni proizvodi osiguranja trebali biti što personaliziraniji i precizniji kako bi svi sudionici na tržištu bili zadovoljni. Svi autori ističu činjenicu da je odabir osiguranja jako kompleksan proces, te na odabir utječu razni čimbenici pa tako i oni poput mišljenja, osjećaja, sjećanja itd. Kognitivne pristranosti u osiguranju su i dalje nedovoljno istražene. Poznavanje utjecaja kognitivnih

pristranosti donosi dobrobit i osiguraniku, ali i osiguratelju. Medury (2022) vjeruje da se dobra odluka donosi uz promišljene planove, bez pretjeranog samopouzdanja i pohlepe.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE UTJECAJA KOGNITIVNIH ČIMBENIKA NA ODBIJANJE KUPNJE OSIGURANJA

4.1. Uzorak i obuhvat istraživanja

Empirijski rezultati se temelje na podacima ostvarenim anketnim upitnikom koji je proveden među 203 ispitanika. Struktura odgovora na anketna pitanja se prezentira upotrebom apsolutnih i relativnih postotnih frekvencija tabelarnim putem. Hipoteze se ispituju upotrebom logističkog regresijskog modela.

Logistički regresijski model je statistički model koji se koristi za predviđanje binarne ovisne varijable na temelju nezavisnih varijabli. Koristi se kada želimo razumjeti utjecaj različitih faktora na vjerojatnost pojave određenog događaja ili ishoda. Model pruža informacije o smjeru i jačini veze između nezavisnih varijabli i vjerojatnosti ishoda. Pomoću logističkog regresijskog modela možemo procijeniti utjecaj pojedinih varijabli na vjerojatnost pojavljivanja ili nepojavljivanja određenog događaja, te identificirati ključne faktore koji utječu na ishod. Model pruža parametre koji nam omogućuju tumačenje i predviđanje vjerojatnosti ishoda na temelju vrijednosti nezavisnih varijabli.

Analiza je rađena u statističkom softveru SPSS 25.

4.2. Prikaz i interpretacija dobivenih rezultata

Prema tablici 3, 28,57% ispitanika (58 ispitanika) odgovorilo je da su muškog spola, dok je 71,43% ispitanika (145 ispitanika) odgovorilo da su ženskog spola.

Tablica 2.

Ispitanici prema spolu

Kojeg ste spola?	n	%
Muško	58	28,57
Žensko	145	71,43
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 4, 24,14% ispitanika (49 ispitanika) ima između 18 i 25 godina, 56,16% ispitanika (114 ispitanika) ima između 25 i 45 godina, 19,21% ispitanika (39 ispitanika) ima između 45 i 65 godina, dok samo 0,49% ispitanika (1 ispitanik) ima 65 ili više godina.

Tablica 3.*Ispitanici prema dobi*

Koliko imate godina?	n	%
18-25	49	24,14
25-45	114	56,16
45-65	39	19,21
65+	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 5, 14,29% ispitanika (29 ispitanika) je nezaposleno, 3,94% ispitanika (8 ispitanika) je umirovljenik, 81,28% ispitanika (165 ispitanika) je zaposleno, dok je 0,49% ispitanika (1 ispitanik) odgovorilo s "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 4.*Ispitanici prema statusu zaposlenja*

Kakav je Vaš status zaposlenja?	n	%
Nezaposlen	29	14,29
Umirovljenik	8	3,94
Zaposlen	165	81,28
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 6, 0,49% ispitanika (1 ispitanik) ima osnovnoškolsko obrazovanje, 37,93% ispitanika (77 ispitanika) ima srednjoškolsko obrazovanje, 23,65% ispitanika (48 ispitanika) ima sveučilišni ili stručni prijediplomski studij, 35,96% ispitanika (73 ispitanika) ima dodiplomski/diplomski studij/magisterij, dok 1,97% ispitanika (4 ispitanika) ima doktorski studij.

Tablica 5.*Ispitanici prema stupanju obrazovanja*

Koji je Vaš stupanj obrazovanje?	n	%
Osnovna škola	1	0,49
Srednja škola	77	37,93
Sveučilišni ili stručni prijediplomski studiji	48	23,65
Dodiplomski/Diplomski studij/Magisterij	73	35,96
Doktorski studij	4	1,97
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 7, 13,79% ispitanika (28 ispitanika) ima mjesečna primanja do 500 €, 32,02% ispitanika (65 ispitanika) ima mjesečna primanja u rasponu od 501 € do 1000 €, 30,05% ispitanika (61 ispitanik) ima mjesečna primanja u rasponu od 1001 € do 1500 €, 10,35% ispitanika (21 ispitanik) ima mjesečna primanja u rasponu od 1501 € do 2000 €, 6,90% ispitanika (14 ispitanika) ima mjesečna primanja u rasponu od 2001 € do 3000 €, dok 6,40% ispitanika (13 ispitanika) ima mjesečna primanja od 3000 € ili više. Samo jedan ispitanik (0,49%) nije mogao dati odgovor na to pitanje ili je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 6.*Ispitanici prema visini mjesečnih primanja*

Kolika je visina Vaših mjesečnih primanja?	n	%
do 500 €	28	13,79
501€ - 1000€	65	32,02
1001€ - 1500€	61	30,05
1501€ - 2000€	21	10,35
2001€ - 3000€	14	6,90
3000€ i više	13	6,40
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 8, 30,05% ispitanika (61 ispitanik) izjavljuje da je cijena police osiguranja (premija osiguranja) uvijek presudni faktor prilikom kupnje. Za 57,64% ispitanika (117 ispitanika), ovisno o proizvodu, ponekad je cijena presudni faktor prilikom kupnje. Samo 10,84% ispitanika (22 ispitanika) izjavljuje da cijena nikada nije presudni faktor prilikom kupnje. Za 1,48% ispitanika (3 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija.

Tablica 7.*Ispitanici prema pitanju: Je li cijena police osiguranja presudni faktor prilikom kupnje?*

Je li Vam cijena police osiguranja (premija osiguranja) presudni faktor prilikom kupnje?	n	%
Da, uvijek	61	30,05
Ponekad, ovisi o proizvodu	117	57,64
Nikada	22	10,84
n/a	3	1,48
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 9, 41,38% ispitanika (84 ispitanika) izjavljuje da bi kupili police osiguranja ukoliko bi se prodavale po nižoj cijeni od dosadašnje. Za 38,92% ispitanika (79 ispitanika), odgovor je "možda" u vezi s kupovinom osiguranja po nižoj cijeni. Samo 2,46% ispitanika (5 ispitanika) izjavljuje da ne bi kupili osiguranje čak i po nižoj cijeni. Za 17,24% ispitanika (35 ispitanika) navedeno je da ne znaju kolike su cijene osiguranja.

Tablica 8.

Ispitanici prema pitanju: Ukoliko bi se police osiguranja prodavale po nižoj cijeni od dosadašnje, biste li ih kupili?

Ukoliko bi se police osiguranja prodavale po nižoj cijeni od dosadašnje, biste li ih kupili?	n	%
Da	84	41,38
Možda	79	38,92
Ne	5	2,46
Ne znam kolike su cijene osiguranja	35	17,24
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 10, 49,26% ispitanika (100 ispitanika) izjavljuje da ima ugovoreno osiguranje, izuzev obveznih osiguranja poput zdravstvenog osiguranja ili osiguranja od automobilske odgovornosti. Za 50,25% ispitanika (102 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da nemaju ugovoreno osiguranje. Samo jedan ispitanik (0,49%) nije mogao dati odgovor na to pitanje ili je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 9.

Ispitanici prema pitanju: Imate li ugovoreno osiguranje? (izuzev obveznog npr. zdravstvenog osiguranja, osiguranja od automobilske odgovornosti itd.)

Imate li ugovoreno osiguranje? (izuzev obveznog npr. zdravstvenog osiguranja, osiguranja od automobilske odgovornosti itd.)	n	%
Da	100	49,26
Ne	102	50,25
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 11, 87% ispitanika (87 ispitanika) koji posjeduju policu osiguranja izjavljuje da će nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama čak i ako se osigurani događaj nije dogodio proteklih nekoliko godina. Samo 11% ispitanika (11 ispitanika) izjavljuje da neće nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama u takvom slučaju. Za 2% ispitanika (2 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 10.

Ispitanici prema pitanju: Ukoliko posjedujete policu osiguranja, i osigurani događaj se nije dogodio proteklih nekoliko godina, hoćete li nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama?

Ukoliko posjedujete policu osiguranja, i osigurani događaj se nije dogodio proteklih nekoliko godina, hoćete li nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama?	n	%
Da	87	87,00
Ne	11	11,00
n/a	2	2,00
Ukupno	100	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 12, postavljeno je pitanje jesu li ispitanici svjesni navedenih događaja i traženo je da označe događaje kojih se sjećaju. Evo rezultata:

1. Potres Zagreb (2020.): 97,54% ispitanika (198 ispitanika) se sjeća tog događaja.
2. Požari u Dalmaciji (2020.): 92,12% ispitanika (187 ispitanika) se sjeća tog događaja.
3. Potres Turska (2023.): 88,18% ispitanika (179 ispitanika) se sjeća tog događaja.
4. Poplave u istočnoj Slavoniji (2014.): 78,82% ispitanika (160 ispitanika) se sjeća tog događaja.
5. Požari u Australiji (2020.): 73,40% ispitanika (149 ispitanika) se sjeća tog događaja.
6. Potres Haiti (2010.): 61,58% ispitanika (125 ispitanika) se sjeća tog događaja.

Tablica 11.

Ispitanici prema pitanju: Sjećate li se navedenih događaja?

Sjećate li se navedenih događaja: (molimo da označite događaje kojih se sjećate)	n	%
Potres Zagreb (2020.)	198	97,54
Požari u Dalmaciji (2020.)	187	92,12
Potres Turska (2023.)	179	88,18
Poplave u istočnoj Slavoniji (2014.)	160	78,82
Požari u Australiji (2020.),	149	73,40
Potres Haiti (2010.)	125	61,58
Uragan Sandy (2012.)	64	31,53

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 13, 74,88% ispitanika (152 ispitanika) izjavljuje da su skloni pamtiti dobra iskustva, dok 23,15% ispitanika (47 ispitanika) izjavljuje da su skloni pamtiti loša iskustva. Za 1,97% ispitanika (4 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 12.

Ispitanici prema pitanju: Jeste li skloni pamtiti dobra ili loša iskustva?

Jeste li skloni pamtiti dobra ili loša iskustva?	n	%
Dobra	152	74,88
Loša	47	23,15
n/a	4	1,97
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 14, 84,73% ispitanika (172 ispitanika) izjavljuje da promišlja o financijskoj situaciji u budućnosti. Za 12,81% ispitanika (26 ispitanika), odgovor je "djelomično", što znači da razmišljaju o financijskoj situaciji u budućnosti, ali ne nužno stalno. Samo 1,97% ispitanika (4 ispitanika) izjavljuje da ne promišlja o financijskoj situaciji u budućnosti. Za 0,49% ispitanika (1 ispitanik) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 13.

Ispitanici prema pitanju: Promišljate li o financijskoj situaciji u budućnosti?

Promišljate li o financijskoj situaciji u budućnosti?	n	%
Da	172	84,73
Djelomično	26	12,81
Ne	4	1,97
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 15, 36,95% ispitanika (75 ispitanika) izjavljuje da su uvjereni u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja. Za 48,77% ispitanika (99 ispitanika), odgovor je "djelomično", što znači da imaju određenu razinu povjerenja u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja. Samo 13,30% ispitanika (27 ispitanika) izjavljuje da nisu uvjereni u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja. Za 0,99% ispitanika (2 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 14.

Ispitanici prema pitanju: Uvjereni ste u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja.

Uvjereni ste u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja.	n	%
Da	75	36,95
Djelomično	99	48,77
Ne	27	13,30
n/a	2	0,99
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 16, 13,79% ispitanika (28 ispitanika) izjavljuje da ne trebaju mišljenja drugih o osiguranju. Za 51,72% ispitanika (105 ispitanika), odgovor je "djelomično", što znači da imaju određenu mjeru važnosti mišljenja drugih o osiguranju. Samo 33,99% ispitanika (69 ispitanika) izjavljuje da ne trebaju mišljenja drugih o osiguranju. Za 0,49% ispitanika (1 ispitanik) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 15.

Ispitanici prema pitanju: Ne trebate mišljenja drugih o osiguranju

Ne trebate mišljenja drugih o osiguranju.	n	%
Da	28	13,79
Djelomično	105	51,72
Ne	69	33,99
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 17, 20,20% ispitanika (41 ispitanik) izjavljuje da se osjećaju sigurnima zbog svojih sposobnosti i stoga ne kupuju police osiguranja. Za 36,95% ispitanika (75 ispitanika), odgovor je "djelomično", što znači da postoji određena mjera osjećaja sigurnosti zbog svojih sposobnosti, ali još uvijek razmatraju kupnju osiguranja. Samo 41,87% ispitanika (85 ispitanika) izjavljuje da ne osjećaju sigurnost zbog svojih sposobnosti i stoga kupuju police osiguranja. Za 0,99% ispitanika (2 ispitanika)

navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 16.

Ispitanici prema pitanju: S obzirom na Vaše sposobnosti osjećate se sigurnim, stoga ne kupujete policu osiguranja?

S obzirom na Vaše sposobnosti osjećate se sigurnim, stoga ne kupujete policu osiguranja?	n	%
Da	41	20,20
Djelomično	75	36,95
Ne	85	41,87
n/a	2	0,99
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 18, 8,87% ispitanika (18 ispitanika) izjavljuje da vjeruju da ne trebaju kupovati osiguranje jer se štetni događaj neće njima dogoditi. Za 26,11% ispitanika (53 ispitanika), odgovor je "djelomično", što znači da postoji određena mjera vjerovanja da se štetni događaj neće dogoditi njima, ali još uvijek razmatraju kupnju osiguranja. Samo 64,04% ispitanika (130 ispitanika) izjavljuje da ne vjeruju da se štetni događaj neće dogoditi njima i stoga kupuju osiguranje. Za 0,99% ispitanika (2 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 17.

Ispitanici prema pitanju: Vjerujete da ne trebate kupovati osiguranje jer se štetni događaj neće Vama dogoditi?

Vjerujete da ne trebate kupovati osiguranje jer se štetni događaj neće Vama dogoditi?	n	%
Da	18	8,87
Djelomično	53	26,11
Ne	130	64,04
n/a	2	0,99
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 19, 28,08% ispitanika (57 ispitanika) izjavljuje da vjeruje da se događaji sa štetnim posljedicama učestalije događaju drugim ljudima nego njima. Za 70,94% ispitanika (144 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da ne vjeruju da se takvi događaji češće događaju drugim ljudima. Za 0,99% ispitanika (2 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 18.

Ispitanici prema pitanju: Vjerujete da se događaji sa štetnim posljedicama učestalije događaju drugim ljudima nego li Vama?

Vjerujete da se događaji sa štetnim posljedicama učestalije događaju drugim ljudima nego li Vama?	n	%
Da	57	28,08
Ne	144	70,94
n/a	2	0,99
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 20, 40,39% ispitanika (82 ispitanika) izjavljuje da vjeruje da nas očekuje sličan događaj poput pandemije Covid-19, svjetskih ratova ili šoka uslijed porasta švicarskog franka 2015. Za 41,38% ispitanika (84 ispitanika), odgovor je "možda", što znači da nisu sigurni, ali smatraju da postoji mogućnost takvih događaja. Samo 17,24% ispitanika (35 ispitanika) izjavljuje da ne vjeruju da će se takav događaj ponoviti. Za 0,99% ispitanika (2 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 19.

Ispitanici prema pitanju: Vjerujete li da nas očekuje nekakav sličan događaj poput pandemija Covida-19, svjetskih ratova (rat između Rusije i Ukrajine), šok uslijed porasta švicarskog franka 2015.?

Vjerujete li da nas očekuje nekakav sličan događaj poput pandemija Covida-19, svjetskih ratova (rat između Rusije i Ukrajine), šok uslijed porasta švicarskog franka 2015.?	n	%
Da	82	40,39
Možda	84	41,38
Ne	35	17,24
n/a	2	0,99
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 21, 17,73% ispitanika (36 ispitanika) izjavljuje da su ih događaji poput potresa na Banovini, potresa u Turskoj ili povećanog broja automobilskih nesreća na hrvatskim cestama potaknuli na kupnju osiguranja. Za 81,77% ispitanika (166 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da ti događaji nisu potaknuli kupnju osiguranja. Za 0,49% ispitanika (1 ispitanik) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 20.

Ispitanici prema pitanju: Jesu li Vas događaji poput (potresa na Banovini 2020./2021., potresa u Turskoj 2023. ili povećan broj automobilskih nesreća na hrvatskih cestama u 2023.) potaknuli na kupnju osiguranja?

Jesu li Vas događaji poput (potresa na Banovini 2020./2021., potresa u Turskoj 2023. ili povećan broj automobilskih nesreća na hrvatskih cestama u 2023.) potaknuli na kupnju osiguranja?	n	%
Da	36	17,73
Ne	166	81,77
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 22, 12,81% ispitanika (26 ispitanika) izjavljuje da smatraju da se zbog svojih vozačkih sposobnosti prometna nesreća ili oštećenje na vozilu neće dogoditi njima, stoga im ne treba kasko osiguranje. Za 86,70% ispitanika (176 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da ne vjeruju da su njihove vozačke sposobnosti dovoljne za izbjegavanje prometnih nesreća ili oštećenja na vozilu, te stoga smatraju da im je potrebno kasko osiguranje. Za 0,49% ispitanika (1 ispitanik) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 21.

Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da se zbog Vaših vozačkih sposobnosti prometna nesreća ili oštećenje na vozilu neće dogoditi Vama, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?

Smatrate li da se zbog Vaših vozačkih sposobnosti prometna nesreća ili oštećenje na vozilu neće dogoditi Vama, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?	n	%
Da	26	12,81
Ne	176	86,70
n/a	1	0,49
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 23, 13,79% ispitanika (28 ispitanika) izjavljuje da smatraju da su zbog svojih vozačkih sposobnosti bolji vozači u odnosu na druge i stoga im ne treba kasko osiguranje. Za 84,24% ispitanika (171 ispitanik), odgovor je "ne", što znači da ne vjeruju da su bolji vozači od drugih i smatraju da im je potrebno kasko osiguranje. Za 1,97% ispitanika (4 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 22.

Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da ste zbog Vaših vozačkih sposobnosti bolji vozač u odnosu na druge, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?

Smatrate li da ste zbog Vaših vozačkih sposobnosti bolji vozač u odnosu na druge, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?	n	%
Da	28	13,79
Ne	171	84,24
n/a	4	1,97
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 24, 21,18% ispitanika (43 ispitanika) izjavljuje da smatraju da je njihovo zdravlje dobro i stoga im ne trebaju police osiguranja. Za 77,34% ispitanika (157 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da ne vjeruju da je njihovo zdravlje dovoljno dobro i smatraju da im trebaju police osiguranja. Za 1,48%

ispitanika (3 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 23.

Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da je Vaše zdravlje dobro, stoga Vam ne trebaju police osiguranja?

Smatrate li da je Vaše zdravlje dobro, stoga Vam ne trebaju police osiguranja?	n	%
Da	43	21,18
Ne	157	77,34
n/a	3	1,48
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Prema tablici 25, 22,17% ispitanika (45 ispitanika) izjavljuje da smatraju da je njihovo zdravlje bolje u odnosu na zdravlje prosječnog pojedinca, te stoga ne smatraju potrebnim policu osiguranja. Za 76,36% ispitanika (155 ispitanika), odgovor je "ne", što znači da ne vjeruju da je njihovo zdravlje bolje od prosječnog pojedinca i smatraju da im trebaju police osiguranja. Za 1,48% ispitanika (3 ispitanika) navedeno je "n/a", što može značiti da nisu mogli dati odgovor na to pitanje ili da je ta kategorija nedostajuća u podacima.

Tablica 24.

Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da je Vaše zdravlje bolje u odnosu na zdravlje prosječnog pojedinca, stoga Vam ne trebaju police osiguranja? (npr. životno osiguranje)

Smatrate li da je Vaše zdravlje bolje u odnosu na zdravlje prosječnog pojedinca, stoga Vam ne trebaju police osiguranja? (npr. životno osiguranje)	n	%
Da	45	22,17
Ne	155	76,36
n/a	3	1,48
Ukupno	203	100,00

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Ispitivanje hipoteza

Istraživačke hipoteze se ispituju upotrebom logističkog modela. U radu se definira funkcija:

Kupnja police osiguranja = $f(\text{heuristika, amnezija, ignoriranje „crnog labuda“, kratkovidnost, pretjerano samopouzdanje, iluzija kontrole, pretjeran optimizam, spol, dohodak})$

Test Omnibus (testovi ukupnog značaja) koeficijenata modela pružaju informacije o značajnosti svih koeficijenata modela zajedno. Ovi testovi procjenjuju da li je model kao cjelina statistički značajan.

Test omnibus procjenjuje da li postoji statistički značajan utjecaj svih koeficijenata modela zajedno. Niska vrijednost signifikantnosti (Sig.) od 0,010 ukazuje na to da postoji statistički značajan ukupni utjecaj koeficijenata modela. To znači da se može zaključiti da model kao cjelina ima statistički značajnu povezanost s predviđanjem kategorija o kojima se raspravlja.

Tablica 25.

Statistička značajnost modela

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	30,510	15	,010
	Block	30,510	15	,010
	Model	30,510	15	,010

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Kvaliteta modela se prezentira upotrebom Logaritma vjerodostojnosti (-2 Log likelihood) te mjere Cox & Snell R Square i Nagelkerke R Square koje procjenjuju objašnjujuću snagu modela.

2 Log likelihood iznosi 199,012 u prvom koraku modela. Ova vrijednost predstavlja mjeru prilagodbe modela podacima, pri čemu niža vrijednost ukazuje na bolje prilagođavanje podacima.

Cox & Snell R Square iznosi 0,168, dok Nagelkerke R Square iznosi 0,224. Ove mjere procjenjuju objašnjujuću snagu modela, tj. koliko dobro model objašnjava varijabilnost u podacima. Vrijednosti R Square kreću se od 0 do 1, pri čemu veća vrijednost ukazuje na veću objašnjujuću snagu modela. U ovom slučaju, Cox & Snell R Square iznosi 0,168, što znači da model objašnjava oko 16,8% varijabilnosti u podacima. Nagelkerke R Square ima veću vrijednost od 0,224, što ukazuje da model objašnjava oko 22,4% varijabilnosti u podacima.

Tablica 26.*Reprezentativnost modela*

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	199,012 ^a	,168	,224
a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.			

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Točnost modela logističke regresije se prezentira kointegracijskom tablicom.

Tablica 27.*Klasifikacijska tablica*

Classification Table^a					
	Observed		Predicted		
			Ugovoreno osiguranje		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	Ugovoreno osiguranje	0	45	33	57,7
		1	19	69	78,4
	Overall Percentage				68,7
a. The cut value is ,500					

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

Na dijagonalama tablice nalaze se brojevi koji predstavljaju točno klasificirane instance. Primjerice, od 78 stvarnih slučajeva "Ugovoreno osiguranje" (stupac 0), model je točno predvidio 69 slučajeva, dok je za 9 slučajeva krivo predvidio "Neugovoreno osiguranje" (stupac 1). Slično tome, od 78 stvarnih slučajeva "Neugovoreno osiguranje" (stupac 1), model je točno predvidio 33 slučaja, dok je za 45 slučajeva krivo predvidio "Ugovoreno osiguranje" (stupac 0).

Ukupni postotak točne klasifikacije, nazvan "Overall Percentage", iznosi 68,7%. To znači da je model ispravno klasificirao 68,7% svih instanci.

Tablica 28.*Model logističke regresije*

		Variables in the Equation					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Sjećanje (veliki događaji)	-1,507	0,477	9,991	1	0,002	0,222
	Amnezija Pamćenje samo dobrih iskustava	0,544	0,3	3,284	1	0,070	1,724
	Ignoriranje "crnog labuda"	0,553	0,233	5,611	1	0,018	1,738
	Kratkovidnost (iskustvo bez štetnog događaja)	-1,638	0,477	11,791	1	0,001	0,194
	Pretjerano samopouzdanje	-0,993	0,37	7,199	1	0,007	0,370
	Pretjeran optimizam (bolje vozačke sposobnosti od drugih)	1,506	0,46	10,71	1	0,001	4,507
	Iluzija kontrole (vozačke sposobnosti bez nesreće)	-0,495	0,279	3,149	1	0,076	0,609
	Kojeg ste spola?	-0,525	0,305	2,97	1	0,085	0,591
	Primanja	-0,547	0,297	3,402	1	0,065	0,578
	Constant	2,112	0,835	6,395	1	0,011	8,264

Izvor: Izrada autora na temelju podataka ostvarenih anketom

5. RASPRAVA

Hipoteza H1 sugerira da heuristika dostupnosti utječe na odbijanje kupnje osiguranja. Prema rezultatima procijenjenog modela, pristranost heuristika dostupnosti smanjuje vjerojatnost za odbijanje kupnje police 77,80% uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli. Parametar je statistički značajan ($p=0,002$).

Hipoteza H2 tvrdi da amnezija utječe na odbijanje kupnje osiguranja. Hipoteza se prihvaća tek pri graničnoj signifikantnosti od 10% ($p=0,070$). Možemo zaključiti da amnezija povećava vjerojatnost odbijanje kupovine za 1,724 puta uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli. Amnezija utječe tako da pojedinac zaboravlja negativna i loša iskustva, stoga odbija kupiti osiguranje u budućnosti.

Hipoteza H3 tvrdi da "ignoriranje Crnog labuda" utječe na odbijanje kupnje osiguranja i prihvaća se. Varijabla „ignoriranje crnog labuda“ povećava vjerojatnost odbijanja ugovaranja police osiguranja za 1,738 puta uz pretpostavku ostalih nepromijenjenih nezavisnih varijabli. Parametar je statistički značajan ($p=0,018$).

Hipoteza H4 tvrdi da kratkovidnost utječe na odbijanje kupnje osiguranja, kratkovidnost umanjuje vjerojatnost odbijanja ugovaranja police 80,60% uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli, što nije u skladu s očekivanjem. Parametar je statistički značajan ($p=0,001$).

Pretjerano samopouzdanje umanjuje vjerojatnost odbijanja ugovaranja police osiguranja za 63,00% uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli, što nije u skladu s očekivanom ishodom. Parametar je statistički značajan ($p=0,007$).

Pretjeran optimizam povećava vjerojatnost odbijanja ugovaranja police za 4,507 puta uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli. Parametar je statistički značajan ($p=0,001$).

Varijabla iluzija kontrole umanjuje vjerojatnost odbijanja ugovaranja osiguranja za 39,10% uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli, što nije u skladu s očekivanim ishodom. Parametar je statistički značajan tek pri graničnoj razini signifikantnosti od 10% ($p=0,076$).

Među muškarcima je 40,9% veća vrijednost odbijanja ugovaranja police osiguranja u odnosu na žene uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli. Parametar je statistički značajan tek pri graničnoj razini signifikantnosti od 10% ($p=0,085$).

Svakim porastom primanja u sljedeći dohodovni razred se može očekivati pad vjerojatnosti odbijanja nabavke police osiguranja u prosjeku 42,2% put uz pretpostavku nepromijenjenih ostalih nezavisnih varijabli. Parametar je statistički značajan tek pri graničnoj razini signifikantnosti od 10% ($p=0,065$).

Nakon provedenog istraživanja, možemo zaključiti da pristranosti heuristike dostupnosti, kratkovidnosti, pretjeranog samopouzdanja i iluzije kontrole imaju negativan utjecaj na odbijanje kupnje osiguranja. Suprotno tome, amnezija, ignoriranje „crnog labuda“ i pretjerani optimizma imaju pozitivan utjecaj na odbijanje kupnje osiguranja. Promatrajući demografske i ekonomske čimbenike, može se zaključiti da žene u većoj mjeri kupuju osiguranja, dok muškarci u većoj mjeri odbijaju kupnju osiguranja. U situaciji porasta dohotka dolazi do smanjenja vjerojatnosti odbijanja kupnje osiguranja, zbog povećanog dohotka ljudi su spremniji određeni dio izdvojiti za zaštitu od rizika.

Neki od rezultata suprotni su od očekivanih. Rezultate istraživanja treba interpretirati s oprezom. U ovom istraživanju, obuhvaćene su sve vrste osiguranja, što znači da moramo uzeti u obzir i percepciju ljudi o osiguranju, njihovo razumijevanje osiguranja ili rizika te iskustvo s prethodnim osigurateljima. Važno je također uzeti u obzir ostale faktore koji mogu utjecati na stajalište o osiguranju.

6. ZAKLJUČAK

U ovom radu istražen je utjecaj kognitivnih pristranosti na odbijanje kupnje osiguranja. Studije unutar kojih se istražuje utjecaj kognitivnih pristranosti najčešće su fokusirane na financijska tržišta u pogledu odluka investitora. Također, trenutno je definirano oko 130 pristranosti, stoga utjecaj svih je teško istražiti. Tek nekolicina istražuje njihov utjecaj na tržište osiguranja. U Republici Hrvatskoj trenutno ima tek nekoliko istraživanja na ovu temu.

Utjecaj kognitivnih čimbenika ispitivali smo anketom. Anketnom upitniku pristupilo je 203 ispitanika iz Republike Hrvatske. Istraživanje utjecaja kognitivnih predrasuda na odluku o kupnji osiguranja dalo je zanimljive uvide. Kognitivne pristranosti heuristika dostupnosti, kratkovidnost, pretjerano samopouzdanje i iluzija kontrole pokazuju da povećanje navedenih pristranosti rezultira u manjoj vjerojatnosti odbijanja osiguranja. Nasuprot tome, amnezija, ignoriranje "crnog labuda" i pretjeran optimizam sugeriraju da je povećanje navedenih pristranosti povezano s većom vjerojatnošću odbijanja osiguranja.

Kada su u pitanju demografski aspekti, istraživanje pokazuje da je manja vjerojatnost odbijanja kupnje osiguranja kod žena, što znači da žene više kupuju osiguranja, dok suprotno tome, muškarci više odbijaju kupnju osiguranja. Ovaj uvid naglašava rodno specifičnu razliku koja je prisutna u donošenju odluka o osiguranju.

Rezultati istraživanja pokazuju značajnu povezanost između dohotka i odluka o osiguranju. Konkretno, nalazi sugeriraju da porast razine dohotka smanjuje vjerojatnost odbijanja kupnje osiguranja. U tom slučaju pojedinci su spremniji pri porastu dohotka izdvojiti jedan njegov dio za osiguranje.

Rezultati ovoga istraživanja potvrđuju složenost procesa donošenja odluka povezanih s osiguranjem. Buduća istraživanja trebala bi uzeti u obzir ovo djelovanje kognitivnih pristranosti kako bi se razvile strategije koje se bave specifičnim kognitivnim pristranostima koje sprječavaju pojedince u donošenju informiranih i razboritih odluka u vezi s kupnjom osiguranja.

Osim za buduća istraživanja, rezultati ove analize mogu biti i od koristi društvima za osiguranje kako bi kreirali što proizvode osiguranja prilagođene potrebama tržišta. Prepoznavanje ovih karakteristika važno je za usavršavanje komunikacije o riziku, obrazovnih inicijativa i intervencija u dijelu javnih politika usmjerenih na poticanje otpornijeg društva koje je svjesnije rizika.

LITERATURA

1. Alaszewski, A. (2004). *Health, Risk and Society: six years on*. Health, Risk & Society, 6(1), 3-6.
2. Andrijašević, S.; Petranović, V. (1999). *Ekonomika osiguranja*. Zagreb: ALFA d.d.
3. Anđelinović, M., Mišević, P. i Pavković, A. (2016). Determinante potražnje za životnim osiguranjem u novim zemljama članicama Europske unije: analiza panel podataka. *Notitia - časopis za ekonomske, poslovne i društvene teme*, 2(1), 1-12. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/171188>
4. Antony, A., & Joseph, A. I. (2017). Influence of Behavioural Factors Affecting Investment Decision—An AHP Analysis. *Metamorphosis*, 16(2), 107–114.
5. Babbel, D. F., & Merrill, C. (2005). Real and illusory value creation by insurance companies. *The Journal of Risk and Insurance*, 72(1), 1-21. <https://doi.org/10.1111/j.00224367.2005.00113.x>
6. Bijelić, M., & Miletić, V. (2009). Osiguranje (i reosiguranje) u globalizaciji. *Economics/Ekonomija*, 16(2), 318-323.
7. Brad M. Barber, Terrance Odean, *The Quarterly Journal of Economics*, 116(1), February 2001, 261–292.
8. Brajković, A., & Radman Peša, A. (2015). Biheviornalne financije i teorija „Crnog labuda“. *Oeconomica Jadertina*, 5(1), 65-93.
9. Bregu, K. (2022). The effect of overconfidence on insurance demand. *The Geneva Risk and Insurance Review*, 47(2), 298-326.
10. Browne, M. J., & Kim, K. (1993). An international analysis of life insurance demand. *Journal of Risk and Insurance*, 2(16) str. 616-634.
11. Clark, G. L. (2011). Myopia and the global financial crisis: Context-specific reasoning, market structure, and institutional governance. *Dialogues in Human Geography*, 1(1), 4-25.
12. Coe, N. B., Belbase, A., & Wu, A. Y. (2016). Overcoming barriers to life insurance coverage: A behavioral approach. *Risk Management and Insurance Review*, 19(2), 307-336.
13. Ćurak, M., Jakovčević, D., Zelenika, (2007). *Osiguranje i rizici.*, Zagreb, PRIF plus.
14. Ćurak, M., Kovač, D., Pepur S. (2018). Informiranost korisnika financijskih usluga i potražnja za životnim osiguranjem, Svjetski financijski vrtlog - 30 godina poslije (173-201.) Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

15. DeBondt, W., Forbes, W., Hamalainen, P. and Gulnur Muradoglu, Y. (2010), "What can behavioural finance teach us about finance?", *Qualitative Research in Financial Markets*, 2(1), 29-36.
16. Gamage, W. & Sewwandi, T., (2021.) Behavioral Biases in Investment Decision Making: A Literature Review, *International Conference on Business and Information*, 2015., 6.
17. Glyn A. Holton (2004). Defining Risk, *Financial Analysts Journal*, 60(6), 19-25, DOI: 10.2469/faj.v60.n6.2669
18. Goldentouch L. (2021.) Top 7 Cognitive Biases of Insurance Buying Customers, <https://www.keytostudy.com/top-7-cognitive-biases-of-insurance-buying-customers/>
19. Graminha, P. B., & Afonso, L. E. (2022). Behavioral economics and auto insurance: The role of biases and heuristics. *Revista de Administração Contemporânea*, 26., <https://doi.org/10.7910/DVN/BFMXRR>
20. Hidajat, T. (2019). Behavioural biases in bitcoin trading. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(2), 337-354.
21. Barbir, V. (2004): Čimbenici uspješnosti prodaje usluga osiguranja, ekonomski preglednik, *Ekonomski preglednik*, 9 (10.), 815-840., 14(2), 37-354.
22. Hrvatski ured za osiguranje [HUO]. (2023.), Ključne informacije o tržištu osiguranja u Republici Hrvatskoj 2022., https://huo.hr/upload_data/site_files/50080073312399367632126070587_kljucne-informacije-2022-web.pdf, [pristupljeno, 17.08.2023.]
23. Hrvatski ured za osiguranje [HUO]. (2023.). Tržište osiguranja u Republici Hrvatskoj 2022., https://huo.hr/upload_data/site_files/8726187101713777775766185488_trziste-osiguranja-2022.pdf, [pristupljeno, 17.08.2023.]
24. Huang, W., Luo, M. (2015.) Overconfidence and Health Insurance Participation Among the Elderly. IZA Discussion Paper 9481. <https://ssrn.com/abstract=2690730>
25. Kai-Ineman, D. A. N. I. E. L., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 363-391.
26. Kapor, P. (2014). Bihevioralne finansije. *Megatrend revija*, 11(2), 73-94.
27. Kim, S. K. (2020). The economic effects of climate change adaptation measures: Evidence from Miami-Dade County and New York City. *Sustainability*, 12(3), 1097.

28. Kishor, N. (2022). Development and validation of behavioral biases scale: a SEM approach. *Review of Behavioral Finance*, 14(2), 237-259.
29. Krišto, J., Draganić, L., Kelava, K., & Turković, P. (2021). Pogled generacije Z na životno osiguranje. *Hrvatski časopis za osiguranje*, (5), 81-95.
30. Kunreuther, H., & Pauly, M. (2000). Insurance Decision Making and Market Behavior. NBER Insurance Project Workshop, Cambridge, Massachusetts.
31. Kunreuther, H., & Pauly, M. (2018). Behavioral economics of multiperiod insurance purchasing behavior: The role of emotions. *Foundations and Trends® in Microeconomics*, 12(2), 109-199.
32. Kurniawan, B., Murhadi, W. (2018), Bias Aspect in Decision Making for Buying Life Insurance in Indonesia. In: The International Seminar on Contemporary Research Business and Management 2At: Universitas Warmadewa, 64-79.
33. Leković, M. (2020). Cognitive biases as an integral part of behavioral finance. *Economic Themes*, 58(1), 75-96.
34. Luiggi Trejo, 07.01.2023., Probability Distributions for Trading the Markets, Medium, <https://luiggitrejo.medium.com/probability-distributions-for-trading-the-markets-70a4b2365dfa>, [pristupljeno, 27.06.2023.]
35. Manis, M., Shedler, J., Jonides, J., & Nelson, T. E. (1993). Availability heuristic in judgments of set size and frequency of occurrence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(3), 48–457.
36. Mathews, J., Behavioral Finance: A Primary Analysis, *SSRN Eletronic Journal*, 2013.
37. Metzinger, Č. T., & Toth, M. (2020). Metodologija istraživačkog rada za stručne studije. Veleučilište Velika Gorica, <https://www.bib.irb.hr/1058026>.
38. Meyer, R., & Kunreuther, H. (2017). The ostrich paradox: Why we underprepare for disasters. University of Pennsylvania Press.
39. Miloš Sprčić, D., & Sprčić, P. (2009). Krićka analiza instrumenata sveobuhvatnog upravljanja korporacijskim rizicima. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 7(1), 93-105.
40. Nikolić, J. (2018). Biases in the Decision-Making Process and Possibilities of Overcoming Them. *Economic Horizons*, 20(1), 43-57.

41. Pandey, R., Jessica, M.V. (2018), Measuring behavioural biases affecting real estate investment decisions in India: Using IRT. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 11(4), 648-668.
42. Pavić Kramarić, T., Aleksic, A., & Pejic-Bach, M. (2018). Measuring the impact of board characteristics on the performance of Croatian insurance companies. *International Journal of Engineering Business Management*, 10(1), 1-13. <https://doi.org/10.1177/1847979018765864>
43. Peterson, T. (2019). Behavioural economics, ReCent Medical News, 1-4.
44. Pitthan, F., & De Witte, K. (2021). Puzzles of insurance demand and its biases: A survey on the role of behavioural biases and financial literacy on insurance demand. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 30, (100471)., <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100471>
45. Platteau, J. P., & Ontiveros, D. U. (2021). Cognitive bias in insurance: evidence from a health scheme in India. *World Development*, 144 (105498).
46. Port, R. C. (2019). Behavioral Economics and the Practice of Law, *Georgia Bar Journal*, 6, 19 – 24.
47. Prosad, J. M., Kapoor, S. (2015): Theory of Behavioral Finance, *Handbook of Research on Behavioral Finance and Investment Strategies: Decision Making in the Financial Industry*, 15-16, raspoloživo na: https://www.researchgate.net/publication/297767583_Theory_of_Behavioral_Finance ,
48. Pryce, G., Chen, Y., & Galster, G. (2011). The impact of floods on house prices: an imperfect information approach with myopia and amnesia. *Housing Studies*, 26(02), 259-279.
49. Ram Kalyan Medury, 27.08.2022., How behavioral science can help make you a better investor?, *The Economic Times*, <https://economictimes.indiatimes.com/markets/stocks/news/how-behavioral-science-can-help-make-you-a-better-investor/articleshow/93814528.cms>, [pristupljeno, 27.06.2023.]
50. Ritika and Kishor, N. (2022), Development and validation of behavioral biases scale: a SEM approach, *Review of Behavioral Finance*, 14(2), 237-259.
51. Royal, A., & Walls, M. (2019). Flood risk perceptions and insurance choice: Do decisions in the floodplain reflect overoptimism?. *Risk Analysis*, 39(5), 1088-1104.
52. Science Daily, Illusion of control., Preuzeto 21.03.2023. s https://www.sciencedaily.com/terms/illusion_of_control.htm

53. Shunmugasundaram, V., & Sinha, A. (2022). Behavioral Biases Influencing Investment Decisions of Life Insurance Investors. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 12(6), 107.
54. Stojanović, B. (2013). Daniel Kahneman: The riddle of thinking: Thinking, fast and slow, Penguin books, London, 2012. *Panoeconomicus*, 60(4), 569-576.
55. Sum, R. M., & Nordin, N. (2018). Decision making biases in insurance purchasing. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences*, 10(2), 165-179.
56. Taleb, N. (2005). The black swan: Why don't we learn that we don't learn. NY: Random House, 1145.
57. Taylor-Gooby, P. (2002). Varieties of risk. *Health, Risk & Society*, 4(2), 109-111.
58. Thorsten Beck, Ian Webb, *The World Bank Economic Review*, 17(1), June 2003, 51–88, <https://doi.org/10.1093/wber/lhg011>
59. Todorović, M. (2011). Psihologija i finansijski menadžment – bihevioralne korporativne finansije. *Ekonomika preduzeća*, 59(3/4), 275-287.
60. Vaughan, E. J., Vaughan, T.M., *Osnove osiguranja: Upravljanje rizicima*, Mate d.o.o., Zagreb, 2000.
61. Yarritu, I., Matute, H., & Vadillo, M. A. (2014). Illusion of control. *Experimental psychology*, 61, 38-47, <https://doi.org/10.1027/1618-3169/a000225>.
62. Yudkowsky, E. (2008). Cognitive biases potentially affecting judgment of global risks. *Global catastrophic risks*, 1(86), 91-102.
63. Zakon o osiguranju, NN 30/15, 112/18, 63/20, 133/20, 151/22 (2023.)
64. Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela. Rijeka: Ekonomski fakultet.
65. Žigman, A. (2020). Društva za osiguranje i rizik likvidnosti. *Hrvatski časopis za osiguranje*, (3), 53-63.

Popis grafičkih prikaza:

Grafički prikaz 1: Struktura ukupne premije po vrstama osiguranja, 2022.....	15
--	----

Popis tablica:

Tablica 1: Klasifikacija rizika.....	14
Tablica 2: Spol.....	25
Tablica 3: Ispitanici prema godinama.....	26
Tablica 4: Status zaposlenja.....	26
Tablica 5: Stupanj obrazovanja.....	27
Tablica 6: Visina mjesečnih primanja	28
Tablica 7: Cijena osiguranja kao presudni faktor	28
Tablica 8: Ispitanici prema Ukoliko bi se police osiguranja prodavale po nižoj cijeni od dosadašnje, biste li ih kupili?.....	29
Tablica 9: Ispitanici prema pitanju: Imate li ugovoreno osiguranje? (izuzev obveznog npr. zdravstvenog osiguranja, osiguranja od automobilske odgovornosti itd)	30
Tablica 10: Ispitanici prema pitanju: Ukoliko posjedujete policu osiguranja, i osigurani događaj se nije dogodio proteklih nekoliko godina, hoćete li nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama?.....	30
Tablica 11: Ispitanici prema pitanju: Sjećate li se navedenih događaja.....	31
Tablica 12: Ispitanici prema pitanju: Jeste li skloni pamtit i dobra ili loša iskustva?	31
Tablica 13: Ispitanici prema pitanju: Promišljate li o financijskoj situaciji u budućnosti?	32
Tablica 14: Ispitanici prema pitanju: Uvjereni ste u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja	33
Tablica 15: Ispitanici prema pitanju: Ne trebate mišljenja drugih o osiguranju	33
Tablica 16: Ispitanici prema pitanju: S obzirom na Vaše sposobnosti osjećate se sigurnim, stoga ne kupujete policu osiguranja?	34
Tablica 17: Ispitanici prema pitanju: Vjerujete da ne trebate kupovati osiguranje jer se štetni događaj neće Vama dogoditi?.....	35
Tablica 18: Ispitanici prema pitanju: Vjerujete da se događaji sa štetnim posljedicama učestalije događaju drugim ljudima nego li Vama?.....	36
Tablica 19: Ispitanici prema pitanju: Vjerujete li da nas očekuje nekakav sličan događaj poput pandemija Covida-19, svjetskih ratova (agresija Rusije na Ukrajinu), šok uslijed porasta švicarskog franka 2015.?.....	37

Tablica 20: Ispitanici prema pitanju: Jesu li Vas događaji poput (potresa na Banovini 2020./2021., potresa u Turskoj 2023. ili povećan broj automobilskih nesreća na hrvatskih cestama u 2023.) potaknuli na kupnju osiguranja?	38
Tablica 21: Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da se zbog Vaših vozačkih sposobnosti prometna nesreća ili oštećenje na vozilu neće dogoditi Vama, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?	39
Tablica 22: Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da ste zbog Vaših vozačkih sposobnosti bolji vozač u odnosu na druge, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?	39
Tablica 23: Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da je Vaše zdravlje dobro, stoga Vam ne trebaju police osiguranja?.....	40
Tablica 24: Ispitanici prema pitanju: Smatrate li da je Vaše zdravlje bolje u odnosu na zdravlje prosječnog pojedinca, stoga Vam ne trebaju police osiguranja? (npr životno osiguranje)	40
Tablica 25: Statistička značajnost modela.....	41
Tablica 26: Reprezentativnost modela.....	42
Tablica 27: Klasifikacijska tablica.....	42
Tablica 28: Model logističke regresije	43

SAŽETAK

Osnovni cilj ovog rada bio je ispitati utjecaj kognitivnih pristranosti na odluke pojedinca o odbijanju kupnje osiguranja. Empirijska analiza je bazirana na podacima prikupljenima od strane 206 ispitanika. Prema rezultatima istraživanja, pristranosti heuristike dostupnosti, kratkovidnosti, pretjeranog samopouzdanja i iluzije kontrole smanjuju odbijanje kupnje osiguranja, dok pristranosti amnezije, ignoriranje „Crnog labuda“ i pretjeranog optimizma povećavaju odbijanje kupnje osiguranja. Porast dohotka također utječe negativno na odbijanje kupnje osiguranja, dok muškarci odbijaju kupnje osiguranja u većoj mjeri od žena.

Ključne riječi: kognitivne pristranosti, odluka o (ne) kupnji osiguranja, odrednice potražnje za osiguranjem

SUMMARY

The primary aim of this study was to examine the influence of cognitive biases on individuals' decisions to reject insurance purchases. The empirical analysis is based on data collected from 206 participants. According to the research findings, biases such as the availability heuristic, myopia, overconfidence, and the illusion of control decrease the rejection of insurance purchases, while biases such as amnesia, neglect of "Black Swans," and excessive optimism increase the rejection of insurance purchases. An increase in income also has a negative impact on the rejection of insurance purchases, while men reject insurance purchases to a greater extent than women.

Keywords: cognitive biases, decision to (not) buy insurance, determinants of demand for insurance

PRILOG 1

Anketni upitnik

1. Kojeg ste spola?

Žensko

Muško

2. Koliko imate godina?

18-25

25-45

45-65

65+

3. Kakav je Vaš status zaposlenja?

Zaposlen

Nezaposlen

Umirovljenik

4. Koji je Vaš stupanj obrazovanje?

Nezavršena osnovna škola

Osnovna škola

Srednja škola

Sveučilišni ili stručni prijediplomski studiji

Dodiplomski/Diplomski studij/Magisterij

Doktorski studij

5. Kolika je visina Vaših mjesečnih primanja?

do 500 €

501€ - 1000€

1001€ - 1500€

1501€ - 2000€

2001€ - 3000€

3000€ i više

6. Je li Vam cijena police osiguranja (premija osiguranja) presudni faktor prilikom kupnje?

Da, uvijek

Ponekad, ovisi o proizvodu

Nikada

7. Ukoliko bi se police osiguranja prodavale po nižoj cijeni od dosadašnje, biste li ih kupili?

Da

Možda

Ne

Ne znam kolike su cijene osiguranja

8. Imate li ugovoreno osiguranje? (izuzev obveznog)

Da

Ne

9. Koju vrstu osiguranja posjedujete?

Životno osiguranje

životno osiguranje

rentno osiguranje

osiguranje za slučaj smrti kroz određeno vrijeme

doživotno osiguranje za slučaj smrti

mješovito osiguranje

Neživotno osiguranje

osiguranje od nezgode

dobrovoljno zdravstveno osiguranje

kasko osiguranje

osiguranje imovine

osiguranje raznih financijskih gubitaka

osiguranje troškova pravne zaštite

putno osiguranje

dobrovoljno osiguranje od odgovornosti

10. Ukoliko posjedujete policu osiguranja, i osigurani događaj se nije dogodio proteklih nekoliko godina, hoćete li nastaviti s osiguranjem u sljedećim godinama?

Da

Ne

11. Sjećate li se navedenih događaja:

Potres Haiti (2010.)

Potres Turska (2023.)

Potres Zagreb (2020.)

Poplave u istočnoj Slavoniji (2014.)

Uragan Sandy (2012.)

Požari u Australiji (2020.)

Požari u Dalmaciji (2020.)

12. Jeste li skloni pamtiti dobra ili loša iskustva?

Dobra

Loša

13. Promišljate li o financijskoj situaciji u budućnosti?

Da

Ne

Djelomično

14. Uvjereni ste u svoju sposobnost razumijevanja police osiguranja.

Da

Ne

Djelomično

15. Ne trebate mišljenja drugih o osiguranju.

Da

Ne

Djelomično

16. S obzirom na Vaše sposobnosti osjećate se sigurnim, stoga ne kupujete policu osiguranja?

Da

Ne

Djelomično

17. Vjerujete da ne trebate kupovati osiguranje jer se štetni događaj neće Vama dogoditi?

Da

Ne

Djelomično

18. Vjerujem da se događaji sa štetnim posljedicama učestalije događaju drugim ljudima nego li Vama?

Da

Ne

19. Vjerujete li da nas očekuje nekakav sličan događaj poput pandemija Covida-19, svjetskih ratova (agresija Rusije na Ukrajinu), šok uslijed porasta švicarskog franka 2015.?

Da

Ne

Možda

20. Jesu li Vas događaji poput (potresa na Banovini 2020./2021., potresa u Turskoj 2023. ili povećan broj automobilskih nesreća na hrvatskim cestama u 2023.) potaknuli na kupnju osiguranja?

Da

Ne

21. Smatrate li da se zbog Vaših vozačkih sposobnosti prometna nesreća ili oštećenje na vozilu neće dogoditi Vama, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?

Da

Ne

22. Smatrate li da ste zbog Vaših vozačkih sposobnosti bolji vozač u odnosu na druge, stoga Vam ne treba kasko osiguranje?

Da

Ne

23. Smatrate li da je Vaše zdravlje dobro, stoga Vam ne trebaju police osiguranje?

Da

Ne

24. Smatrate li da je Vaše zdravlje bolje u odnosu na zdravlje prosječnog pojedinca, stoga Vam ne trebaju police osiguranje? (npr zdravstveno životno osiguranje)

Da

Ne