

Stavovi generacije Z o budućnosti svojih mirovina

Šimunac, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:066412>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-03**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

STAVOVI GENERACIJE Z O BUDUĆNOSTI SVOJIH

MIROVINA

Diplomski rad

Ivana Šimunac

Zagreb, lipanj, 2023.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija

STAVOVI GENERACIJE Z O BUDUĆNOSTI SVOJIH

MIROVINA

ATTITUDES OF GENERATION Z ABOUT THE FUTURE

OF THEIR PENSIONS

Diplomski rad

Student: Ivana Šimunac

JMBAG: 0067579117

Mentor: izv. prof. dr. sc. Jakša Krišto

Zagreb, lipanj, 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je prijava teme diplomskog rada isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Zagreb, lipanj, 2023.

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

Zagreb, lipanj, 2023.

SAŽETAK

Održivost mirovinskog sustava jedan je od vodećih problema s kojima se Republika Hrvatska bori. Jedno od rješenja tog problema je poticanje stanovništva na uplate u dobrovoljni mirovinski fond kako bi si osigurali pristojne mirovine nakon što postanu radno neaktivni. Glavni preduvjet za postizanje tog cilja je promicanje financijske pismenosti među generacijama, a osobito među generacijom Z koja će kroz par godina predstavljati najveći udio u radno aktivnom stanovništvu. Generacija Z je generacija koju obilježavaju karakteristike kakve niti jedna generacija prije nije imala zbog utjecaja tehnologije, te generacija za koju se očekuje da će unijeti velike promjene na tržište rada i poduzetništvo.

Ključne riječi: Mirovinski sustav, dobrovoljni mirovinski fondovi, održivost mirovinskog sustava, generacija Z, financijska pismenost

SUMMARY

The sustainability of the pension system is one of the leading problems that the Republic of Croatia is struggling with. One of the solutions to this problem is to encourage the population to pay into a voluntary pension fund in order to secure decent pensions after they become inactive. The main prerequisite for achieving this goal is the promotion of financial literacy among generations, especially among Generation Z, which in a few years will represent the largest share of the working population. Generation Z is a generation characterized by characteristics that no other generation has had before due to the influence of technology, and a generation that is expected to bring major changes to the labor market and entrepreneurship.

Key words: Pension system, voluntary pension funds, sustainability of the pension system, generation Z, financial literacy

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode istraživanja.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. DEMOGRAFSKI PODACI I KARAKTERISTIKE GENERACIJE Z.....	3
2.1. Općenito o generacijskim podjelama	3
2.2. Demografska kohorta generacije Z	8
2.3. Karakteristike generacije Z.....	10
2.4. Stavovi generacije Z prema novcu i poslu	14
3. STRUKTURA I IZAZOVI KAPITALIZIRANE MIROVINSKE ŠTEDNJE U REPUBLICI HRVATSKOJ	20
3.1. Struktura hrvatskog mirovinskog sustava	20
3.2. Demografski izazovi mirovinskog sustava u Republici Hrvatskoj	25
3.3. Ključni izazovi kapitalizirane mirovinske štednje u Republici Hrvatskoj	31
3.4. Važnost dobrovoljne mirovinske štednje za primjerenost mirovina u budućnosti	33
4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA GENERACIJE Z O BUDUĆNOSTI SVOJIH MIROVINA	37
4.1. Prikaz podataka i metodologije istraživanja.....	37
4.2. Prikaz rezultata istraživanja	38
4.3. Rasprava o ostvarenim rezultatima istraživanja.....	51
4.4. Ograničenja istraživanja i preporuka za buduća istraživanja	52
5. ZAKLJUČAK	54
Popis literature.....	56
Popis slika	58
Popis tablica	59
Životopis studenta	60

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Generacija koja je u novije vrijeme u središtu raznih istraživanja, generacija Z, osim što se po brojnim karakteristikama razlikuje od prethodnih generacija, još više donosi značajne promjene na tržište rada zbog čega budi interes raznih ekonomista i drugih znanstvenika. Generacija Z prva je generacija koja je u potpunosti odrasla u digitalnom okruženju i koja ne poznaje život bez tehnologije. Oni žude za uspješnim životom i to što brže, jer su naviknuli da dobiju sve što žele i to odmah. Ne vjeruju velikim korporacijama i skloniji su promjeni poslova zbog nezadovoljstva nego sve druge generacije prije njih. Iako odlazak članova generacije Z u mirovinu nije još blizu, na temelju njihovih trenutnih karakteristika može se pretpostaviti kako će njihov stav na trenutni mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj biti dosta negativan. O izazovima kapitalizirane mirovinske štednje u Republici Hrvatskoj se također dosta raspravlja kao i o važnosti dobrovoljne mirovinske štednje za primjerenost mirovina u budućnosti. Stoga je predmet ovog rada analiza generacije Z i mirovinskog sustava Republike Hrvatske, dok su ciljevi rada:

- Navesti karakteristike generacije Z u odnosu na prethodne generacije
- Analizirati njihov odnos prema novcu
- Objasniti mirovinski sustav u RH s naglaskom na održivosti istog
- Istražiti i objasniti stavove generacije Z o budućnosti svojih mirovina

1.2. Izvori podataka i metode istraživanja

Istraživanje se temeljilo na primarnim i sekundarnim podacima. Primarni podaci su se prikupljali kroz provođenje online ankete među pripadnicima Z generacije. Cilj ankete je bio prikupiti mišljenja članova navedene generacije o mirovinskom sustavu u Hrvatskoj, te stav o budućnosti svojih mirovina. Također, u radu su se koristili i sekundarni izvori podataka koji se odnose na stručne i znanstvene radove, članke, publikacije i internetske stranice relevantnih institucija. Metode prikupljanja podataka koje su se koristile u svrhu izrade ovog rada su induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda analize, metoda deskripcije, metoda kompilacije, statistička metoda, te metoda uzoraka.

Rezultati istraživanja doprinijeti će boljem razumijevanju karakteristika generacije Z s naglaskom na njihov odnos prema novcu, kao i boljem razumijevanju održivosti mirovinskog

sustava u Hrvatskoj. Stručni doprinos rada proizlazi iz rezultata ankete koji će prikazati mišljenje generacije Z o budućnosti svojih mirovina.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od pet cjelina.

U uvodom dijelu sažeto se prikazuju najvažniji ciljevi ovog rada kao i sam predmet. Definiraju se izvori podataka i objašnjavaju metode istraživanja, a na kraju se opisuje sadržaj i struktura rada.

Drugo poglavlje opisiva generacijske podjele i ističe razlike između svake, te definira kada koja generacije počinje i završava. U ovom dijelu rada se stavlja naglasak na objašnjavanje karakteristika generacije Z i opravdava se činjenica zašto je ta generacije postala jako popularna među brojnim istraživačima. U ovom poglavlju se dakle definira demografska kohorta generacije Z, a posebno se analizira razlika u potrošačkim navikama ove generacije u odnosu na sve prethodne. Konačno, analizira se stav generacije prema novcu koje je potrebno za daljnje istraživanje i donošenje zaključaka.

Treće poglavlje odnosi se na objašnjavanje hrvatskog mirovinskog sustava od njegovih početaka kako se razvijao preko reformi do sustava kakvog danas poznajemo. Objašnjava se prvi, drugi i treći mirovinski stup i njihove karakteristike. Nadalje, u ovom dijelu rada se ističu demografski problemi kojima Hrvatska svjedoči kao i posljedice koje se na to nadovezuju. Osim demografskih problema, ističu se i izazovi kapitalizirane mirovinske štednje koji koče mirovinski sustav u daljnjem razvoju. Na kraju u ovom dijelu možda i najvažnija tema koja se obrađuje je važnost dobrovoljne mirovinske štednje za primjerenost mirovina u budućnosti. Navodi se koje prednosti na sustav ima financijska pismenost i kako to pozitivno doprinosi pojedincu.

Četvrta cjelina rada se odnosi na istraživanje. Opisuje se kako je istraživanje provedeno, koliki je uzorak uzet te se navode rezultati ankete. Nakon toga se dobiveni rezultati analiziraju i objašnjavaju, a na posljatku se navode ograničenja i preporuke za buduća istraživanja.

U zaključnom dijelu se donosi cjelovita slika problema, sažeto su izneseni ciljevi rada i doneseni su zaključci.

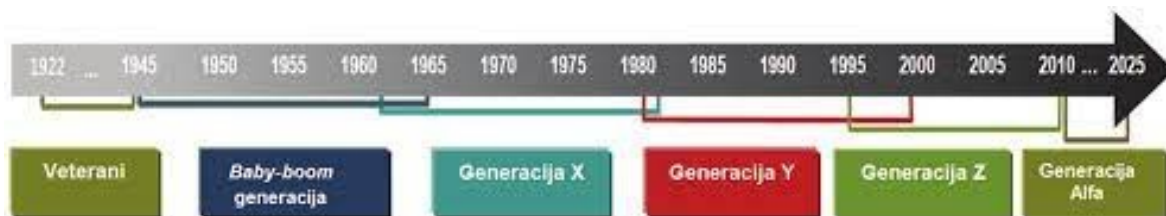
2. DEMOGRAFSKI PODACI I KARAKTERISTIKE GENERACIJE Z

U ovom poglavlju definira se pojam generacije s naglaskom na detaljnu analizu generacije Z. U prvom dijelu poglavlja navedene su različite generacije i za svaku su objašnjene karakteristike. U drugom dijelu poglavlja fokus je na generaciji Z i njenom pogledu na novac i stav prema poslu.

2.1. Općenito o generacijskim podjelama

Generacija je grupa ljudi određena godinama tj. generacija je skupina osoba koje su rođene tijekom određenog razdoblja, a koje su odrastale na približno sličan način i imale slična iskustva i način života te su stoga njihove vrijednosti i stavovi slični (Rimac, 2012, str. 3, prema Notter. 2002). Danas poznajemo nekoliko različitih generacija i to su Veterani, Baby-boom generacija, generacija X, generacija Y, generacija Z i najnovija generacija Alfa. Iako se oko imena generacija uglavnom svi autori slažu, ono gdje se brojni razilaze je mišljenje kada koja generacija počinje odnosno završava.

Slika 1 Grafički prikaz godina rođenja pripadnika generacija



Izvor: Rimac, 2012., prema Grail Research Analysis, 2011. (preuzeto 14.3.2023.)

Kao što je i prikazano na slici 1 najveće odstupanje u mišljenjima je početak generacije Z. Dok jedni autori smatraju da su pripadnici generacije Z rođeni od 1995. pa sve do 2010., drugi pak još uvijek svrstavaju rođenje generacije Y do 2000. godine. Slična odstupanja u razmišljanjima su i sa generacijom X i već spomenutom Y. Iz tog razloga autori Zemke, Raines i Filipczak u svojoj knjizi *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers and Nexters in Your Workplace* (2000) objašnjavaju kako ne postoje stroge granice gdje koja generacija počinje ili prestaje što je i razumljivo jer se neki pripadnici npr. Generacije Y mogu po svojim karakteristikama uvrštavati u generaciju Z ako su njima slični bez obzira dali su rođeni u godinama za koje se smatra da su godine generacije Y.

Prva generacija koja se javlja su tzv. Veterani ili često nazvani i „Tradicionalisti“. Navedena generacija je rođena oko 1922. godine do 1945. godine, odnosno živjela je u neslavnom dobu Velike depresije, Drugog svjetskog rata i Korejskog rata. Naziv Veterani povezan je sa američkim ratnim veteranima koji su činili 50% te generacije. Osobine koje ih opisuju su vjerovanje u logiku, a ne magiju, te izrazita discipliniranost i konzervativnost (Zemke, Raines i Filipczak 2000).

Sljedeća generacija, Baby-boom generacija, rođena je nakon Drugog svjetskog rata, točnije od 1943. godine do 1960. godine, i poznata je po motu: „rat nikad više“. Ono što je obilježilo ovu generaciju su socijalne promjene poput ravnopravnosti žena, povećanja stope nataliteta, povećanje potrošnje, ali i Vijetnamski rat (Nagy i Szekely, 2012). To je generacija koja je odrasla u optimističnom i pozitivnom vremenu jer su im roditelji nakon završetka ratova i novog gospodarskog napretka mogli osigurati sve ono što oni nisu imali i ono što im njihovi roditelji nisu mogli osigurati (Kindrick Patterson, 2007, str. 18). Nije čudno što je ta generacija često nazvana i „Ja“ generacija jer su zbog vremena u kojem su odrasli sebe doživljavali kao zvijezde i nisu se pretjerano brinuli za budućnost (Zemke, Raines i Filipczak, 2000). Bili su izričito idealistični i optimistični, razmišljali su svojom glavom, preispitali autoritet i živjeli punim plućima (McNamara, 2005). Sa računalima i sličnom tehnologijom se susreću prvi put tek kao odrasle osobe, ali ono nije ni približno glavno sredstvo komunikacije.

U razdoblju od 1960. godine do 1980. godine rođena je generacija X. Za razliku od prethodne samouvjerene generacije, ovu generaciju nazivaju „izgubljenom“ jer su njeni pripadnici odrasli u sjeni Baby-boom generacije (Zemke, Raines i Filipczak, 2000). Generacija X je poznata po svom cinizmu, nedostatku lojalnosti brendu i neovisnosti. Pogodila ju je kombinacija teških trendova poput rasta stope razvoda, ekonomske nevolje 70-ih i porast broja zaposlenih samohranih roditelja. Mnogi pripadnici generacije X su bila djeca koja su odrastala brinući se o sebi i svojoj braći i sestrama (Wood, 2013). To je prva generacija koja se upoznaje s računalima u ranoj dobi života, a TV i videoigre postaju sve popularniji i zastupljeniji. Pripadnici ove generacije svjedoče razvoju informacijske tehnologije i korištenje interneta dobiva svoju važnost (Nagy i Szekely, 2012). Generacija X je prva koja je tehnološki osviještena jer su svjedočili začetcima osobnih računala i razvoju interneta kao alata kako za osobne tako i za poslovne svrhe (Levickaite, 2010). Zbog činjenice da su njihovi roditelji puno radili i samim time ih zapostavljali, oni se više usmjeravaju na obitelj nego na karijeru (Kindrick Patterson, 2009, str. 19).

Generacija Y, Internet generacija ili Milenijalci, neki su od naziva za generaciju rođenu između 1980. godine i 2000. godine, ili po nekim autorima između 1980. godine i 1996. godine. To je generacija koju obilježava mir i prosperitet, njezini pripadnici su urbani, fokusirani, nestrpljivi i idealistični, ali ipak s oprezom gledaju na budućnost (Montana i Petit, 2008, str. 139). Optimistični su i vole društveni život (Bekić, Ivanković, Bednjanec, 2022). No to je također i generacija u kojoj se povećava broj konflikata i ovisnost o medijima, a lojalnost prema brendovima sve je manja. Oni više preferiraju igranje video igara nego odlazak posao, a ipak žele postići svoje rezultate što je prije moguće. Zainteresirani su za kulturu, vole socijalne aktivnosti, prihvaćaju kvalitete svojih roditelja. Također održavaju i virtualne i realne socijalne odnose s obzirom da su ovisni o digitalnim medijima uz koje su i odrasli (Nagy i Szekely, 2012). Njihovi roditelji su pripadnici generacije X za koje se smatra da su svoju djecu obasipali pažnjom što ih je pretvorilo u idealistične i pune samopouzdanja. Zbog toga traže stalna priznanja na poslu za svaku dobro urađenu stvar i potvrdu da su važni. (Bekić, Ivanković, Bednjanec, 2022).

Brojnim znanstvenicima najzanimljivija generacija, generacija Z, podrazumijeva ljude rođene u razdoblju od 1995. godine do 2010. godine. Generacija koja ne poznaje svijet bez interneta i digitalnih platformi koje im predstavljaju glavni način komunikacije i najveći dio zanimacije u danu. U isto vrijeme su i potrošači i pružatelji informacija što im omogućavaju jako dobre računalne vještine. Jedna od važnijih karakteristike ove generacije je multitasking, odnosno obavljanje više poslova u isto vrijeme, poput pisanja blogova, slušanja muzike i odgovaranja na mailove. Odluke donose brzo i često nepromišljeno, nisu vezani za jedno mjesto, a život im je baziran na učenju, upoznavanju novih ljudi i zabavi (Nagy i Szekely, 2012). Smatra se da je ovo generacija koja će biti puno više ekološki osviještena od prethodnih te da će ju obilježiti visok stupanj nepovjerenja prema korporacijama što će ih navoditi na često mijenjanje posla i/ili karijere, a sve češće i na osnivanje vlastitog posla (Han, 2007). Prema predviđanjima nekih ekonomista generacija Z će zbog svojih sposobnosti i mogućnosti pokositi tržište rada i sve se više smatra da se radi o budućim znanstvenicima, istraživačima i stručnjacima koji će uz pomoć tehnologije svijet oblikovati na način kakav žele (Reić, 2015). Generacija Z često voli pobjeći od stvarnosti što im omogućava tehnologija putem video igara koje izgledaju jako realistično, 24-7 pristup internetu, mobilnost uređaja itd. Na tu osobinu su utjecali njihovi roditelji, pripadnici generacije X, koji su često okarakterizirani kao generacija koja voli trošiti na zabavu u svrhu bijega od stvarnosti (filmovi, glazba, video-igre). Na takvo ponašanje generaciju X su ih naveli ekonomski izazovi, povećanje odgovornosti u sve ranijim

godinama i raseljene obitelji. Slične stvari pogađaju i generaciju Z gdje se sve više javlja stres i pritisak da se postigne određeni uspjeh što je brže i ranije moguće (Wood, 2013).

Najnovija generacija, generacija Alfa, čiji su pripadnici rođeni od 2010. godine pa na dalje, život započinje u rastućoj ekonomiji zbog čega se smatra da će dolaziti do novih očekivanja, te trendova u obrazovanju i materijalizmu (Nagy i Szekely, 2012). Pripadnici te generacije su još mladi da bi se donosili zaključci o njihovim karakteristikama, ali smatra se da će i ta generacija nesumnjivo postati jednako zanimljiva brojnim znanstvenicima koji će ju proučavati kada za to dođe vrijeme.

Brojne se razlike među generacijama očituju i u radnim navikama i ponašanju na poslu. Radne vrijednosti Veterana su odanost i pouzdanost, oni vjeruju u autoritet i moć nadređenih koji imaju ovlasti donošenja odluka za koje Veterani često vjeruju da su najispravnije za instituciju u kojoj djeluju. Oni vole pažnju svojih vođa na poslu koji ih za dobar rad nerijetko nagrade, dakle oni su na poslu da bi služili i ugađali svojim nadređenima. Na drugu stranu, radno okruženje Baby-boom generacije mora biti demokratsko i humano, odnosno tu se već vide promjene kako zaposlenici traže svoja prava. Upravo je Baby-boom generacija začetnik sudioničkog menadžmenta koji podrazumijeva uvođenje konsenzusa i prakticiranje „team buildinga“. Oni su jako motivirani i često daju svoj maksimum kako bi postigli veće i bolje rezultate, jako su dobri u timskim radovima i održavaju dobre poslovne odnose. Izbjegavaju konflikte, ali teško prihvaćaju one koji vide stvari drugačije nego oni. Sljedeća generacija koja donosi velike promjene u radnom okruženju je generacija X zbog velike potrebe za prilagodljivosti, neovisnosti, kreativnosti. Oni se ne boje nadređenih iako imaju slabe ljudske vještine, neiskustvo, nestrpljivi su i rade cinično, a motivirani su na rad samo ako imaju fleksibilno radno vrijeme i neformalno radno okruženje. Kad se izdvoji timski rad Baby-boom generacije, tehnološka pismenost generacije X i stav Veterana da mogu sve što zamisle, javlja se generacija Y. Ona ima povjerenje u centraliziranu vlast i zajedničke akcije, a njihov pogled na budućnost je jako optimističan (Salahuddin, 2010).

Još neke od zanimljivijih karakteristike generacija su navedene u Tablici 1. Tako Baby-boom generaciju još zovu „ljubavna“ generacija koja voli direktan dijalog licem u lice i za koju se smatra da je najbogatija i najzdravija generacija svog vremena. Ta generacija se susreće sa problemima u mirovinskom fondu i problemima rasta zdravstvene zaštite. Nadimak „Zabušanti“ je karakterističan nadimak za generaciju X. To je generacija čiji je veliki broj pripadnika odrastao u rastavljenim obiteljima koje su ih naučile da su sami sebi dovoljni.

Umjesto razgovora licem u lice oni više preferiraju korištenje e-maila. Za generaciju Y se veže naziv „Eho bumeri“ koji su odgajani da bi postigli visoke ciljeve u životu, no kod njih se javlja problem prelaska s fakulteta na radno mjesto. Iako se problem održavanja pažnje uglavnom veže za generaciju Z, taj problem je počeo već kod generacije Y. Mobilna tehnologija, helikopter roditeljstvo, društveni mediji itd. su sve životne okolnosti u kojima se našla tzv. umrežena generacija C, odnosno generacija Z.

Tablica 1 Osnovne karakteristike različitih generacija

	Baby bomeri	Generacija X	Generacija Y	Generacija Z
“Kako ih drugčije zovu”	“Ljubavna” generacija (Love generation)	“Zabušanti” (Slackers)	Eho bumeri	Generacija C - umreženi (Generation C - connected)
Životne okolnosti	Najveća, najbogatija i najzdravija generacija svog vremena.	Djeca razvedenih radoholičara, odgajanih da budu samodovoljni.	Odgajani za dostizanje visokih ciljeva. Usmjeravani od strane roditelja.	Odgajani u kulturi “straha”, mobilnih tehnologija, “helikopter” roditelja, društvenih medija.
Način komunikacije	Direktan dijalog licem u lice ili putem telefona. Vole sastanke.	Koncizna komunikacija, bez klišeja i korporativnog žargona. Preferiraju e-mail.	Stalni feedback i sudjelovanje u rješavanju problema, putem suvremene tehnologije, izbjegavanje sastanaka i telefonskih poziva.	Konferencijski sastanci, očekuju komunikaciju kada god i odakle god žele.
Problemi s kojima se suočavaju	Briga o mirovinskom fondu, rast troškova zdravstvene zaštite i njihova loša pokrivenost.	Kreditni, briga o još mladoj djeci i starijim roditeljima, stalno balansiranje između karijere i privatnog života, problemi napredovanja.	Kreditni, nezaposlenost, problem prelaska s fakulteta na radno mjesto.	Tražnje izgubljenog identiteta, nedostatak mogućnosti zapošljavanja, mnogo neostvarenih očekivanja.
Mane	Zatvorenost prema novim idejama.	Problem posvećenosti, sklonost stavu “sačekat ću i vidjeti što će se dogoditi”.	Problem održavanja pažnje i visoka očekivanja.	Potreba za strukturom, pretjerana samouvjerenost u vlastito znanje, očekuju brze rezultate.

Izvor: Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D., Vujić, N. (2015.), Multigeneracijska radna snaga – prednost ili nedostatak za suvremene organizacije, preuzeto 22.3.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/212439>

Iako su razlike u ponašanju određenih generacija na poslu u nekim segmentima vidljive i dosta očite, niti jedna generacija nije u potpunosti monolitna. Drugim riječima, ne postoje stroge značajke pojedinih generacija kao što i ne postoje stroge granice kad koja generacije počinje. Generacije međusobno dijele brojne zajedničke karakteristike, ali postoje i one karakteristike koje ih dijele od drugih. Do razlika u generacijama dolazi prvenstveno zbog djelovanja vanjskih čimbenika poput ekonomskih kretanja i razvoja tehnologije. Zbog toga generacije koje su rođene u razdoblju recesije više štede i ulažu u obrazovanje, dok generacije rođene u vrijeme prosperiteta i procvata tehnologije više teže sadržajima koji pružaju zabavu i osjećaj ugone. To vodi do zaključaka da su generacija rođenih u vrijeme prosperiteta i

svakodnevnog korištenja tehnologije manje skloni razvijanju vještina vezanih uz konceptualno razmišljanje, a to ima negativan ekonomski utjecaj (Rupčić, 2021).

2.2. Demografska kohorta generacije Z

Kohorta podrazumijeva skupinu pojedinaca sa zajedničkim osobinama i često se odnosi na skupinu pojedinaca rođenih iste godine. Iz toga se može zaključiti kako je svaka generacija zapravo drugim riječima kohorta. Generacija Z se odnosi na one pojedince koji su rođeni u vrijeme široke upotrebe World Wide Weba, odnosno u vrijeme oko sredine 90-ih i ranih 2000-ih godina ili detaljnije kako je već prikazano u prethodnom poglavlju od 1995. pa do 2010. godine. Većina generacije Z su djeca generacije X, ali i starije generacije Baby-boomera. Generacija Y i generacija Z dijele mnoge zajedničke karakteristike, ali veliko odstupanje je vidljivo u potrošačkim razlikama generacije Z u odnosu na generaciju Y zbog činjenice da je većina generacije Z odgajana za vrijeme velike ekonomske krize (Wood, 2013). Dok će većina Baby-boom generacije otići u mirovinu, generacija Z predstavlja novu radnu snagu koja sa sobom donosi najveće generacijske promjene na radnom mjestu ikada. Tako generacija Z predstavlja duboke izazove liderima, menadžerima, supervizorima i voditeljima ljudskih resursa u svakom sektoru. Postavlja se pitanje kako se prepoznaje kada se nova generacija pojavi, odnosno gdje se postavljaju granice određene kohorte. Na to pitanje brojni demografi, sociolozi, povjesničari i ostali stručnjaci traže odgovor, a često se ne mogu dogovoriti oko istog. Tako na primjer brojni demografi sve one rođene između 1978. godine i 2000. godine smatraju istom velikom generacijom Milenijalaca (generacija Y). Svoje mišljenje pokrepljuju činjenicom da je zajedničko obilježje svih rođenih u tom periodu tehnološka revolucija i helikopter roditeljstvo (moderni stil odgoja temeljen na visokoj kontroli i pretjeranoj zaštiti djeteta). Međutim brojni autori odbacuju tu tezu s mišljenjem kako su 1990-te i 2000-te dva različita razdoblja, te kako je generacija određena i dobnom kohortom koja dijeli zajedničku povijesnu perspektivu. Gledajući samo povijesnu promjenu tehnološkog ubrzanja 1990-ih i 2000-ih, sveprisutnost bežičnog interneta, tehnološku integraciju i uspon ručnih uređaja može se zaključiti kako se već na temelju toga rađa posebna kohorta. Također se već spomenuto helikoptersko roditeljstvo udvostručilo u svom intenzitetu gdje se dogodio prijelaz sa Baby-boom roditelja, čiji se odgoj temeljio na samopoštovanju, na roditelje generacije X čiji je odgoj usmjeren na sigurnost i kultivaciju. Rezultat toga su djeca 2000-ih koja brzo odrastaju. Imaju pristup informacijama, idejama, slikama i zvukovima od jako rane dobi, a opet su u isto vrijeme izolirani i puni obaveza do stupnja u kojem djeca prije nikad nisu bila (Tulgan, 2013).

Bruce Tulgan je proveo istraživanje u kojem je kroz 1990-te i 2000-te godine pratio, mjerio i bilježio promjene u ponašanju koje su rezultirale prijelazom sa generacije Y na generaciju Z. U istraživanju su došli do novih obilježja u ponašanju nove generacije Z koja nisu karakteristična za generaciju Y, a neki od obilježja su sljedeći:

1. Društveni mediji su budućnost – Nakon godina prijelaza, revolucija informacijske tehnologije je dovršena, a generacija Z je od početka svog života tome svjedočila. Oni nikada nisu upoznali svijet u kojem se ne može razgovarati s bilo kim u bilo koje vrijeme već su naučeni na umreženost i povezanost i ne mogu zamisliti drugačiji život od toga.
2. Ljudska povezanost važnija je nego ikada – za razliku od načina odgoja generacije Y, generaciju Z odgajaju vrlo angažirani roditelji koji su usmjerili svoje roditeljstvo na podučavanje i savjetodavni pristup s ciljem da im djeca izrastu u uspješne mlade ljude, često poduzetnike.
3. Praznine u vještinama – generacija Z će više od bilo koje druge patiti od rastućeg jaza između visokokvalificiranih i nekvalificiranih. Istraživanje je pokazalo da je jaz u tehničkim vještinama ogroman, ali da je jaz u ne tehničkim vještinama još veći. S jedne strane postoje pripadnici generacije Z u koje se moraju ulagati ogromni napor za poboljšanje radnih navika, međuljudske komunikacije i kritičkog razmišljanja, te golema ulaganja u dopunsku tehničku obuku. Dok se s druge strane smatra da će postojati sve veća elita među novonastalom radnom snagom, a to su oni s najboljim tehničkim vještinama i prednostima mogućnosti osobnog razvoja.
4. Globalno razmišljanje, lokalna stvarnost – generacija Z zna puno više o dalekim dijelovima svijeta nego generacije prije njih, ali je veća vjerojatnost da su daleko manje geografski avanturistički raspoloženi. Uključeni su u svijet bez granica on-line, ali ključ za njihovo uključivanje u stvarno okruženje je usredotočenost na lokalno.
5. Beskonačna raznolikost – pripadnici generacije Z odražavaju potpuno novi način razmišljanja o razlikama gdje prihvaćaju različitosti među ljudima.

Istraživanje se također fokusiralo i na ponašanju generacije Z na poslu, pa tako Tulgan smatra kako se poslodavci moraju prilagoditi novoj generaciji koja stupa na tržište rada, a neke od tih prilagodbi su sljedeće:

1. Promicanje odnosa visokog intenziteta – Generacija Z voli male i visoko definirane radne grupe s jakim voditeljem, čvrst lanac zapovijedanja, voditeljski

stil podučavanja, ali također i demokratske odnose na poslu i mogućnost stalnog učenja i napredovanja.

2. Osiguranje kontinuiranog preodgoja – javlja se problem sve većeg jaza u ne tehničkim vještinama među pripadnicima generacije Z. Ono što im još nedostaje su osnove osobne odgovornosti, rješavanje problema, upravljanje vremenom i međuljudske komunikacije kao i kritičko razmišljanje. Iz tog razloga poslodavci ulažu velika sredstva u izgradnju kulture na radnom mjestu putem visoko definiranih normi ponašanja, poučavanjem radnih navika i ponašanjem na radnom mjestu. Za par godina generacija Z će čini većinski udio u radnoj snazi zbog čega se poslodavci moraju prilagođavati njima.
3. Definiranje uloga laserskog fokusa – generacija Z brže i učinkovitije preuzima posao što su uloge i odgovornosti strukturiranije i definiranije.
4. Planiranje za globalni razvoj i lokalno zadržavanje – trebaju se definirati prednosti i mane koje tehnologija i globalna povezanost donosi generaciji Z i kako ih se može lokalno angažirati s obzirom da su oni dosta lokalno fokusirani.
5. Izgradnja kontinuiteta kroz kratkoročno obnovljivu vjernost – generacija Z očekuje od svojih menadžera pregovaranje o učinku i nagrađivanje na trajnoj osnovi kako bi bili učinkovitiji i kako bi održavali stalne radne odnose.

2.3. Karakteristike generacije Z

Za generaciju Z se često kaže da je to generacija potrošača zbog nekoliko trendova: fokus na inovacijama, inzistiranje na praktičnosti, želja za sigurnošću, te sklonost bijegu od stvarnosti.

„Inovativnost može proizaći iz spremnosti za uvođenjem nove proizvodne linije, novog načina oglašavanja ili predanosti za savladavanjem najnovijih tehnoloških dostignuća. Može uključivati i implementaciju novih i korisnih ideja, uključujući proizvode i procese izvan organizacije (Bekić, Ivanković, Bednjanec, 2022)“. Generacija Z ne poznaje svijet bez interneta koji je za njih uvijek postojao i zbog čega se oni osjećaju jako ugodno u takvom digitalnom okruženju. Oni su od rođenja svjedočili brojnih tehnološkim pomacima poput unaprjeđenja mobitela, društvenih mreža, video streaminga itd. i zato za njih nikakvo novo tehnološko postignuće nije šok već nešto sasvim normalno i čekivano. Uvijek su imali više izbora na tržištu i mogućnost biranja među velikom količinom proizvoda za razliku od svojih roditelja, a posebno što se tiče tehnoloških proizvoda. Za njih je tehnologija nešto svakodnevno i iz tog razloga ova generacija uvijek planira potrošiti dosta novca na tehnološke

inovacije bez grižnje savjesti (Wood, 2013). Prensky (2001) se koristi nazivom „digital natives“ kako bi se opisala jedna od najvažnijih karakteristika generacije Z a to je brzo primanje i obrađivanje dobivenih informacija (Bekić, Ivanković, Bednjanec, 2022). No osim naziva „digital natives“, ovu generaciju se naziva i „mobile natives“ zbog činjenice da se tehnologijom koriste bilo kad i bilo gdje u pokretu zahvaljujući mobilnim uređajima (Rupčić, 2021).

Tablica 2 Godine početka korištenja mobitela među različitim generacijama

Godine	Baby-boom generacija	Generacija X	Generacija Y	Generacija Z
7-10 godina	-	-	15%	62%
11-14 godina	-	-	50%	35%
15-18 godina	-	36%	25%	3%
≥19 godina	100%	64%	10%	-
UKUPNO	100%	100%	100%	100%

Izvor: Šimunić Rod, V. (2020.), Nova generacija poduzetnika; generacija Z, preuzeto 13.2.2023. s_ <https://hrcak.srce.hr/file/347931>

Vedran Šimunić Rod je 2020. godine proveo istraživanje karakteristika generacija s naglaskom na generaciju Z. Jedno od anketnih pitanja je bilo vezano za početak korištenja mobilnih uređaja. Kao što je i prikazano u tablici 1, pripadnici Baby-boom generacije su dobili svoj prvi mobitel tek oko punoljetnosti, no tu treba uzeti u obzir kako u njihovim ranijim godinama tehnologija još nije bila toliko zastupljena. Kako raste popularnost mobitela tako sve novije generacije svoj prvi mobitel dobivaju u sve ranijoj dobi, pa je to za Generaciju X oko srednjoškolskih dana, Generaciju Y viši razredi osnovne škole, a očekivano Generacija Z dobiva svoj prvi mobitel već u prvim razredima osnovne škole. Osim činjenice da posjeduju mobitele od malih nogu, ono što puno više zabrinjava je vrijeme provedeno na mobitelima, točnije na internetu. U tablici 3 je prikazano vrijeme koje pripadnici različitih generacija provode on-line. Očekivano, Baby-boom generacija provodi najmanje i uglavnom je riječ od 1 do 2 sata dnevno. Toliko vremena provodi i velika većina Generacije X, ali se povećava postotak pojedinaca te generacije koji provode i od 3 do 5 sati dnevno na mobitelima. Prvo mjesto, ne tako slavno, pripada Generaciji Z. Od 130 ispitanika samo 25% provodi 1 do 2 sata dnevno na mobitelu, čak 51% od 3 do 5, 14% od 6 do 8, a ono što posebno zabrinjava je 10% ispitanika koji provedu i više od 8 sati na mobitelu svakodnevno (Šimunić Rod, 2020).

Tablica 3 Vrijeme koje određene generacije provedu na internetu

	1 do 2 sata	3 do 5 sati	6 do 8 sati	više od 8 sati	
Baby-boom generacija	83%	17%	-	-	100%
Generacija X	64%	22%	14%	-	100%
Generacija Y	40%	50%	5%	5%	100%
Generacija Z	25%	51%	14%	10%	100%

Izvor: Šimunić Rod, V. (2020.), Nova generacija poduzetnika; generacija Z, preuzeto 13.2.2023. s_ <https://hrcak.srce.hr/file/347931>

Dok pripadnici Baby-boom, X i Y generacija vrijeme provedeno na Internetu prvenstveno vežu uz poslovne razloge, generacija Z većinu vremena provedenog on-line koristi u svrhu zabave poput igranja igrice i pregledavanja sadržaja sa raznih digitalnih platformi. Kako je tržište u suvremeno doba jako promjenjivo brojni, osobito mladi, poduzetnici se tim promjenama prilagođavaju na način da svoje inovacije temelje upravo na igricama i aplikacijama (npr. virtualna šetnja gradom, najbolji restorani itd.). Osim toga, najbolja prilagodba je bila povezivanje proizvoda i usluga na način da brojne informacije ili mogućnost kontrole proizvoda bude preko mobitela. Možda i najvažnija promjena se dogodila u obliku novih marketinških promocija gdje dolazi do jednostavnijih i jeftinijih suradnji za promociju proizvoda ili usluga putem društvenih mreža, te prodaju proizvoda preko web shopa (Šimunić Rod, 2020).

Kod inzistiranja na praktičnosti prvenstveno se misli na način odgoja njihove buduće djece koje će se vjerojatno temeljiti na praktičnosti, a to su naučili od svojih roditelja pripadnika generacije X. Naime oni nisu bili spretni u obavljanju više radnji istovremeno i zbog toga su se jako oslanjali na praktičnosti. Pri tome se misli na npr. mobilne uređaje, proizvode koji se lako kuhaju, konzumiraju ili postavljaju, isporuku proizvoda preko kanala koji povećavaju jednostavnost stjecanja, oglase koji se isporučuju u „upravo na vrijeme“ itd. Generacija Z nema problema sa činjenicom da je „praćena“ od velikih kompanija u svrhu isporuke boljih i potrošaču prilagođenijih proizvoda. Za razliku od generacije X ili Baby-boom generacije, generacija Z je manje zabrinuta za svoju privatnost i lako se izlaže društvenoj zajednici (Wood, 2013).

Generacija Z je poput svojih roditelja, generacije X, proživjela teška ekonomska vremena. Neka istraživanja su pokazala da djeca koja odrastu za vrijeme određene recesije budu manje

samouvjerena, biraju manje plaćene poslove i boje se financijskih poteškoća. Također takvi događaji povećavaju interes za štednju i konzervativniju potrošnju gdje se pazi kad se i kako na određene stvari troši (Wood, 2013). No to ih navodi i da marljivije rade u odnosu na svoje roditelje kako bi zadržali radno mjesto i stekli veća primanja, a zbog teških uvjeta odrastanja postaju borbeni, poduzetni, odgovorni i oprezni. U svrhu postizanja uspješnih karijera generacija Z se dosta duže školuje za razliku od prethodnih generacija (Bekić, Ivanković, Bednjanec, 2022). To je generacija koja vodi dosta užurban život koji su započeli u malim obiteljima često odgajani od strane samohranog roditelja. Generacija koja ne oklijeva puno, te koja zastupa slobodan način ponašanja, govora i razmišljanja (Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D., Vujić, N. 2015).

Neke od loših karakteristika generacije Z su nedostatne društvene vještine i manjak koncentracije koje se na njih reflektiraju zbog velike izloženosti tehnologiji. S obzirom da su navikli da im je sve dostupno jednim klikom, a glavni način komunikacije je preko digitalnih platformi, za ovu generaciju se može reći da se ne znaju izraziti na pravi način. Iako digitalne platforme imaju brojne prednosti, ipak novu generaciju koče u mnogo toga. Neki od primjera negativnog utjecaja tehnologije na ponašanje generacije Z je što previše vremena provode gledajući u ekrane što im je postalo osnovni način druženja. Zbog činjenice da im je sve dostupno i da ih se odgojilo na način da mogu postati sve što zamisle, često se nađu u situaciji kada ne mogu izraziti svoje želje, niti se prezentirani u pravom svjetlu. Sve to daje iskrivljenu sliku poslodavcima koji će onda prije zaposliti nekoga starijeg s manjim očekivanjima i realnijim razmišljanjem. Zbog istih razloga dolazi i do pada koncentracije kod ove generacije što se smatra jednim od najvećih problema generacije Z. Oni su sposobni primiti različite količine informacija koje niti jedna generacije prije njih nije bila u stanju. Veliku količinu sadržaja koje primaju svakodnevno sa mobilnih uređaja, TV-a i osobnih računala nije moguće detaljno razmotriti, stoga se velika količina informacija obrađuje površno i stihijski zbog čega brzo gube interes, tu dolazi do problema u koncentraciji kod učenja, ali i svih drugih svakodnevnih radnji (Rupčić, 2021).

No unatoč svim navedenim negativnim karakteristikama generacije Z, oni i dalje žude za unaprjeđenjem svojih vještina i stjecanjem novih iskustava. Paze na svoju sigurnost, udobnost i zdravlje, a veliku pozornost pridaju pažnji prema novcu (Federenko, 2022). Također, kao niti jedna generacija prije, jako se zalažu za pitanje očuvanja okoliša (Šimunić Rod, 2020). Podržavaju inicijative poput zelene potrošnje i jako su svjesni utjecaja koje donošenje kolektivnih odluka može imati (Federenko, 2022).

2.4. Stavovi generacije Z prema novcu i poslu

Tržište rada je jako promjenjivo i izazovno, a uvjeti u kojima djeluju suvremena poduzeća su sve složeniji. Ponuda postaje puno veća od potražnje što poduzećima otežava pristup novim potrošačima, a uz to i postizanje određenih ciljeva kada je riječ o profitu. Kako bi opstali na tržištu poduzeća moraju pronalaziti nove načine poslovanja u svrhu pronalaska novih kupaca, a posebno stalnih kupaca koji će biti vjerni tom brandu. Velika većina tih kupaca postaju i pripadnici generacije Z kojima se zbog njihovih specifičnih karakteristika ponuđači različitih proizvoda i usluga moraju prilagoditi (kustomizirani, kvalitetni i ekološki prihvatljivi proizvodi, brza i globalna dostava). Zbog sve veće ovisnosti o informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji, poslovanje u suvremenom dobu se temelji na učinkovitom korištenju informacija i znanja. Dok je prije proizvod bio u centru, sada su kupci na prvom mjestu svima onima koji se žele probiti na tržištu, a to podrazumijeva proizvodnju proizvoda i usluga prema željama i potrebama kupaca. Zbog toga je došlo do pada važnosti masovne proizvodnje, koja je bila uspješna zbog nižih troškova proizvodnje i cijena proizvoda, a do rasta važnosti kustomizacija koja podrazumijeva visoke troškove i više cijene, ali u konačnici bolje i kvalitetnije kupce (Rupčić, 2021).

Iako je i Generacija Z dosta ovisna o novcu svojih roditelja, za razliku od drugih generacija puno je više „selektivna“ i „pažljivija“ s novcem kada je riječ o kupnji. Međutim, pripadnici te generaciju su isto tako svjesni činjenice da žive „ovdje i sad“ zbog koje se ne osjećaju krivima kada potroše novac na stvari koje su im trebale ili koje su željeli. Iz potrebe da kontroliraju svoju potrošnju jako su popularizirali aplikaciju Revolute koja prati sve njihove transakcije, potrošnju po kategorijama i štednju. Kroz navedenu aplikaciju vide točno gdje su i kad potrošili novce. Zato danas sve veći broj pripadnika Generacije Z nije zadovoljna običnim aplikacijama za Internet bankarstvo jer nemaju mogućnost individualnog praćenja potrošnje kojom je generacija Z zalučena. Za njih je novac izvor koji koriste za plaćanje osnovnih stvari poput smještaja, hrane, goriva, struje itd., ali također i izvor da bi si priuštili nove mogućnosti, zabavu i hobije. Za neke je novac i izvor slobode uz koji mogu putovati. Pripadnici generacije Z su svjesni i jako bitne činjenice da moraju raditi da bi imali novac, i puno se bolje osjećaju kada troše svoj novac, a ne novac svojih roditelja. Zbog potrebe i želje za financijskom stabilnosti njihov stav prema novcu je dosta pragmatičniji, bez obzira na razinu pismenosti, nego stav prethodnih generacija (Federenko, 2022). COVID-19 pandemija je također utjecala na pogled na važnost novca. Tako studenti iz istraživanja sa fakulteta Lodz ističu kako su nakon pandemije shvatili da je štednja novca važna jer nikad ne znaš kada će ti

trebati za zdravlje. Također navode kako se njihov pogled na novac promijenio nakon pandemije zbog činjenice kako su brojni ljudi izgubili posao, a nekima su se i plaće smanjile. No isto tako ih je pandemija naučila da je život kratak zbog čega dosta novca troše na stvari koje nisu mogli imati ili raditi tijekom COVID-a , te su uvidjeli kako su uspomene jednako važne zbog čega bi se novac trebao trošiti i na putovanja (Olejniczak, Stadryniak, 2022).

Kada je riječ o investiranju, mišljenja su podijeljena. Dok jedni preferiraju držati novac na računu u banci ili doma jer se boje ulagati u dionice, nekretnine ili nekakav drugi oblik kapitala, drugi koji su malo bolje istražili to područje bez problema ulažu novac dalje. Prema istraživanju Aleksandra Federenka (2022) dvoje od troje ispitanika iz Rusije investira novac redovno ili ima depozit u bankama. Tih dvoje ima veću razinu pismenosti koju su stekli na razne načine (iskustvo roditelja ili samoobrazovanje). Prema tom istraživanju investiranje ne ovisi toliko od generacije do generacije koliko o samoj financijskoj pismenosti o kojoj se u novije vrijeme dosta priča i potiče se njeno promicanje.

Drugo istraživanje od strane studenata fakulteta Lodz pobježe je prikazalo tko ih potiče na investiranje te u što najviše Generacija Z ulaže.

Tablica 4 Tko potiče Generaciju Z na ulaganje

Obitelj, prijatelji	25.8%
Internet	45.2%
Škola, obrazovanje	16.1%

Izvor: Olejniczak, M., Stadryniak, K. (b.d.) Generation Z's (students aged 18-24 years) Approach to Money, preuzeto 14.2.2023. s <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/233/217> , obrada autora

Iz Tablice 4 je vidljivo kako većina (45.2%) pripadnika Generacije Z počinje ulagati jer su to vidjeli na internetu, 25.8% njih su potaknuti od strane roditelja, a 16.1% je počelo jer su o tome učili u školi ili na fakultetu. Ostatak ispitanika, njih čak 38.7% još nije počelo ulagati novac. Treba navesti da iako ih roditelji potiču na ulaganja, u 90% slučajeva im savjetuju da štede novac na računu u banci.

Tablica 5 Zbog čega Generacija Z najviše ulaže

Želim proširiti svoje bogatstvo	48.4%
Želim imati financijski kolateral	9.7%
Želim proširiti svoje znanje	16.1%
Ne želim biti financijski neovisan	32.3%

Izvor: Olejniczak, M., Stadryniak, K. (b.d.) Generation Z's (students aged 18-24 years) Approach to Money, preuzeto 14.2.2023. s <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/233/217>, obrada autora

Tablica 5 prikazuje zbog čega ispitanici najviše kreću u ulaganje novca. Skoro pola njih to radi kako bi povećali svoje bogatstvo, 32.3% ih navodi kako je razlog jer ne žele ovisiti o nekome, 16.1% ispitanika ulaže jer žele ulagati u proširenje svog znanja, a samo 9.7% ispitanika kao razlog navodi financijsko osiguranje.

Tablica 6 U što Generacija Z najviše želi ulagati

Dionice	7.1%
Kriptovalute	50%
Bankovni depoziti	57.1%
Investicijski fondovi	28.6%

Izvor: Olejniczak, M., Stadryniak, K. (b.d.) Generation Z's (students aged 18-24 years) Approach to Money, preuzeto 14.2.2023. s <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/233/217>, obrada autora

U Tablici 6 su prikazani odgovori koje su ispitanici dali na pitanje u što bi ulagali. Velika većina njih (57.1%) navodi bankovne depozite, a ne čudi činjenica da čak 50% ispitanika želi ulagati u kripto valute. 28.6% ispitanika kao način ulaganja navodi investicijske fondove, a samo 7.1% dionice.

Stavovi o novcu se kreiraju i s obzirom na njegovu svrhu. Ako je ono korišteno u svrhu plaćanja svakodnevnih aktivnosti poput javnog prijevoza, hrane ili poreza onda je ono resurs bez kojeg se ne može živjeti. Ako se novac troši u svrhu putovanja onda novac za generaciju Z ima tek simboličko značenje. Isto tako ova generacija gleda drugačije na novac u fizičkom

obliku i novac na računu. Zbog toga novac na računu troše puno brže ili često imaju osjećaj da ništa nisu ni potrošili dok na fizički novac više pažnje obraćaju (Federenko, 2022).

Generacija Z ima velika očekivanja od života, ali i potrebu da pruži svoj doprinos globalnoj ekonomiji. Iz tog razloga traže izvore za brzu zaradu koja im je omogućena putem medija kao što su YouTube ili ostale društvene mreže. Kako su odrasli u svijetu gdje im je sve dostupno odmah, tako očekuju i da se rezultati upornog rada vide brzo (što u poslovnom svijetu nije tako često), a u suprotnom misle da nešto nije u redu i žele odustati. Nervozni su ako ne dobiju u najkraćem mogućem roku povratne informacije od svojih poslovnih partnera (Rupčić, 2021). Iako su svjesni činjenice da posao igra glavnu ulogu da bi se njihovi snovi ispunili, zadovoljstvo na poslu im predstavlja jednako važnu komponentu (Ozkan, Solmaz, 2015). Zbog svega navedenog lako je zaključiti kako Generacija Z pažljivo bira gdje će se zaposliti i gdje će se zadržati. Za njih izgrađivanje karijere kroz određen broj godina nije najdraži izbor jer žele naći odmah posao koji će im najbolje odgovarati, pružiti zadovoljstvo i osjećaj smisla, riješiti ih dosade, a uz sve to i osigurati im dovoljan izvor prihoda. Naravno ne nađu svi takve poslove odmah, ali za razliku od drugih generacija koje bi pristale i na manje poželjne poslove, Generacije Z je sklona čestom mijenjanju poslova u želji da nađu onaj pravi (Rupčić, 2021). Ne vole autoritet već teže samostalnosti i zbog toga ne rade razliku između muškaraca i žena ili različitih dobnih skupina. S obzirom da su jako predani svojim snovima, na rad gledaju kao na vjersku odgovornost. Iz tih razloga razbijaju predrasude da žene ne smiju raditi zbog vjerskih razloga (Ozkan, Solmaz, 2015). S obzirom na karakteristiku generacije Z da vole grafičke prikaze i da teže vizualnom, tržište se moralo prilagoditi tom trendu (Šimunić Rod, 2020). Iz tog razloga, u svrhu maksimiziranja zarade, poduzetnici moraju istražiti navike svojih novih potrošača i način na koji oni konzumiraju audio i video sadržaj (Rupčić, 2021). Zbog toga glavni način za promoviranje proizvoda su fokusiranje na dizajn web stranica, i stranica na društvenim mrežama. Još jedna promjena na tržištu se dešava zbog činjenice da veliki broj pripadnika generacije Z teži tome da osnuje svoje vlastito poduzeće nego da radi za drugoga. Zbog toga raste broj poduzetnika koji nude jedinstvenu ponudu i inovativne proizvode (Šimunić Rod, 2020).

Pri odabiru posla i poslodavaca za koje će raditi, generacija Z ističe kako prednost imaju poslodavci koji omogućavaju rad po cijelom svijetu, mogućnost napredovanja i usavršavanja, te poslodavci koji nude zanimljivije poslove (ugodna radna atmosfera itd.). Među bitnijim faktorima pri odabiru radnog mjesta gledaju i na imidž poslodavca. Kako bi privukli generaciju Z na svoja radna mjesta od poslodavaca se očekuje da u opise posla dodaju

prethodne karakteristike koje navedena generacija traži. Zanimljivo je kako su plaće, godišnji odmori, službeni auto i mobitel, sigurnost posla i prijenosno računalo tek drugi faktor na koji generacija Z gleda pri odabiru posla. Na trećem mjestu se nalaze stavke kao što su fleksibilno radno vrijeme, mogućnost rada od kuće, te razina odgovornosti. Jasno je kako generacija Z navodi poduzeća na promjene i na suočavanje s novim izazovima koji podrazumijevaju prilagodbu poslovanja upravo njima. Dok su prije zaposlenici bili troškovno opterećenje za poduzetnike, danas su u izrazito konkurentskoj prednosti. Zbog toga svaki poslodavac nastoji privući najbolje radnike koje će kroz ispunjavanje njihovih kriterija potaknuti na davanje maksimuma na poslu. Marka poslodavca se danas temelji na upravljanjima ljudskim resursima, psihologiji i organizacijskom ponašanju (Srednoselec, Ružić, Benazić, 2020).

Generacija Z je generacija koja brzo uči i lako se prilagođava iznenadnim situacijama. Kako bi se zadržali na nekom poslu jako im je bitno da se na njemu osjećaju prihvaćeno i zadovoljno, da imaju mogućnost slobodnog ponašanja i, možda najvažnije, da imaju priliku za konstantno učenje i razvoj. Teže pronaći posao u kojem do izražaja dolaze njihove vještine, potencijali i kreativnost. U suprotnome se drže mišljenja da ako oni nisu bitni organizaciji nije ni ona bitna njima (Krasulja, Radojević, Janjušić, Vujić, 2015).

Tablica 7 Demografske promjene radne snage 2000. i 2020. godine

Radna snaga 2000. godine	Radna snaga 2020. godine
Populacija pa samim tim i raspoloživa radna snaga rastu mnogo sporije u odnosu na prethodno razdoblje. Stopa nataliteta u razvijenim zemljama bilježi pad već duži niz godina.	Planiranje radne snage postaje izuzetno nepredvidivo shodno uvjetima u okruženju.
Postotak ženske populacije i etničkih manjina u ukupnoj radnoj snazi bilježi stalni rast.	Postotak žena u ukupnoj radnoj snazi može dostići i 50%
Radna snaga postaje sve starija, a postotak mladih zaposlenih dosta je nizak.	Sve je viši postotak zaposlenih koji su mladi, kao i sredovječnih zaposlenih koji čekaju unapređenja i promoviranja
S obzirom na starenje radne snage, sve je manje onih koji su voljni da mijenjaju radna mjesta, bave se prekvalifikacijom i dr. Organizacije su primorane na različite oblike prilagođavanja.	Starijim radnicima organizacije su dužne osigurati različite programe i benefije.
Na globalnoj razini, u organizacijama širom svijeta, radi sve veći broj emigranata.	Radna snaga na globalnom nivou gotovo je u potpunosti etnički diverzificirana.

Izvor: Krasulja, N., Radojević, I., Janjušić, D., Vujić, N. (2015.), Multigeneracijska radna snaga – prednost ili nedostatak za suvremene organizacije, preuzeto 22.3.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/212439>

Pad stope nataliteta je trend koji je prisutan već dugi niz godina i koji je radio problem u pronalasku radne snage 2000-ih godina, a 2020-ih je postalo apsolutno nepredvidivo planirati radnu snagu. Velike razlike u radnoj snazi između navedenih godina su vidljive u starosti radne snage kao i u zastupljenosti ženske populacije u poslovnom svijetu. 2000-ih godina radnu snagu su uglavnom činile starije osobe, a oko tog razdoblja je započelo sve veće zapošljavanje žena. 2020. godine radnu snagu uglavnom čine mladi ljudi, a postotak žena je dostigao 50% u ukupnoj radnoj snazi. Zbog činjenice da je u prvom promatranom razdoblju uglavnom zaposleno starije stanovništvo, ono nije bilo voljno mijenjati često radna mjesta, dok kod novijih generacija koje su se tek zaposlile mlade to nije slučaj i dosta su sklone napuštanju organizacija dok ne pronađu onu pravu za sebe (Krasulja, Radojević, Janjušić, Vujić, 2015).

3. STRUKTURA I IZAZOVI KAPITALIZIRANE MIROVINSKE ŠTEDNJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom poglavlju opisan je mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj. U prvom dijelu poglavlja navedena je struktura hrvatskog mirovinskog sustava, te demografski izazovi koji su ga pogodili. U drugom dijelu riječ je o važnosti individualne štednje za primjerenost mirovina i o izazovima s kojima se susreće kapitalizirana mirovinska štednja u Hrvatskoj.

3.1. Struktura hrvatskog mirovinskog sustava

Mirovinski sustav se može definirati kao sustav koji se sastoji od skupa pravnih normi, financijskih i institucionalnih aranžmana koji služe za regulaciju osiguranja od rizika starosti, invalidnosti i gubitka hranitelja. Mirovinski sustav se dijeli na više podsustava ovisno o kategorijama osiguranika, načinu financiranja, upravljanju mirovinskim fondovima, raspodjeli mirovina i tome slično. Može se razlikovati javni od privatnog mirovinskog sustava. Javnim mirovinskim sustavom upravlja država, dok privatnim mirovinskim sustavom upravljaju privatne financijske institucije. Sljedeća podjela je na obvezne i dobrovoljne mirovinske sustave. Oni ovise o tome dali su osiguranici obvezni plaćati doprinose iz kojih se isplaćuju mirovine ili te uplate ovise o njihovom dobrovoljnom stavu. Također se mirovinski sustavi dijele s obzirom dali su temeljeni na definiranim davanjima ili pak definiranim doprinosima. Mirovinski sustavi temeljeni na definiranim davanjima podrazumijevaju mirovine koje su unaprijed zadane mirovinskom formulom i država jamči njihovu isplatu, a oni temeljeni na definiranim doprinosima podrazumijevaju mirovine čiji iznosi izravno ovise o uplaćenim doprinosima osiguranika u mirovinske fondove. Postoji i podjela na univerzalne mirovinske sustave koji su namijenjeni svim građanima i financiraju se porezima i drugim javnim prihodima, te na mirovinske sustave utemeljene na osiguranju zaposlenih koji su namijenjeni osiguranicima i njihovim članovima obitelji i financiraju se doprinosima zaposlenika i poslodavaca. Posljednja i možda najvažnija podjela je na mirovine tekuće raspodjele i kapitalizirane mirovine. Za mirovine tekuće raspodjele, odnosno međugeneracijske solidarnosti, često se koristi engleski naziv PAYG (pay as you go – plati kako stigneš). Ono što je karakteristično za ovu vrstu mirovina je redistribucija sredstava od bogatijih prema siromašnijim kategorijama umirovljenika. Kod kapitalizirane mirovine riječ je o individualnoj mirovinskoj štednji koja se financira doprinosima osiguranika. U prvom planu je osobna

odgovornost osiguranika čija mirovina ovisi o ukupno uplaćenim doprinosima i njihovoj kapitalizaciji (Puljiz, 2005.)

Prvo mirovinsko osiguranje koje je bilo utemeljeno na doprinosima radnika i poslodavaca, mirovinskim fondovima i tripartitnom upravljanju je uvedeno u Njemačkoj 1889. godine u okviru tzv. bismarckovskih reformi. Iz Njemačke se takav sustav prenio i na druge europske zemlje, pa je tako početkom 20. stoljeća, preko Austrije, došlo i na područje Hrvatske (Jelčić, 1988). Prve mirovine na hrvatskom području bile namijenjene samo pojedinim kategorijama državnih službenika ili vojnika, odnosno članovima njihovih obitelji. Osim njima, mirovine su se ispočetka isplaćivale i siromašnijim udovicama iz tzv. udovičkih blagajni, dok se udovicama plemića nisu isplaćivale jer se smatralo da im nije potrebna državna potpora kako su plemenitog roda i imaju sredstva na raspolaganju (Škrlec, 1999). Daljnji poticaj za razvoj mirovinskog osiguranja očitovao se u osnivanju udruga uzajamne pomoći, tzv. bratinskih blagajni, koje su organizirali rudari zbog visoke stope smrtnosti u toj profesiji (Puljiz, 1997). Prve bratinske blagajne se javljaju u Austriji zbog rudarskog zakona koji je vlasnike rudnika obvezao na osiguranje rudnika od nesreće na poslu i u vrijeme starosti. Po tom zakonu dvije trećine doprinosa u blagajne uplaćuju radnici, a jednu trećinu poslodavci. Prva takva bratinska udruga u Hrvatskoj je osnovana 1833. godine u Rudama kod Samobora. Nakon toga su ih počeli osnivati i po ostatku zemlje, pa su navedene udruge bile prisutne u Topuskom, Ivancu, Kalniku, Krapini, Golubovcu itd. Nakon rudara, bratinske su blagajne osnivali i željeznički, građevinski i tipografski radnici (Timet, 1967).

Novo razdoblje u razvoju hrvatskog mirovinskog sustava se javlja u vrijeme bivše Jugoslavije. Najvažniji događaj iz tog vremena je usvajanje Zakona o socijalnom osiguranju radnika 1922. godine koji se temeljio na bismarckovskim načelima socijalnog osiguranja (doprinosi radnika i poslodavaca, fondovi i tripartitno upravljanje). Tim zakonom je propisano jedinstveno obvezno osiguranje radnika od glavnih socijalnih rizika kao što su rizik bolesti, starosti, nesreće na poslu i, naravno, rizika nezaposlenosti. Mirovinsko osiguranje se financiralo doprinosima radnika u iznosu od 3% na njihovu zaradu, a dobna granica za ostvarivanje mirovina bila je 70 godina. Osim onih koji su imali navršениh 70 godina, mirovinu su mogle ostvariti i osobe nesposobne za rad (invalidska mirovina). Iako je Zakon o socijalnom osiguranju radnika usvojen 1922. godine, on se nije počeo provoditi sve do 1937. zbog nesređenih političkih odnosa u državi koji su proizlazili iz teških gospodarskih prilika. Nakon Drugog svjetskog rata javlja se Zakon o socijalnom osiguranju radnika, namještenika i službenika iz 1946. godine. U to vrijeme država uzima pod svoju kontrolu mirovinsko

osiguranje, koje je do tada bilo u nadležnosti Državnog zavoda za socijalno osiguranje. Zbog činjenice da sada država upravlja mirovinskim sustavom, započinje slijevanje doprinosa zaposlenika i poduzeća u državni proračun iz kojeg su se dalje financirale mirovine i druga socijalna davanja (Puljiz, 2007). Odnos zaposlenika i umirovljenika je u to vrijeme bio 9:1, odnosno na devet zaposlenih osiguranika bio je jedan umirovljenik (HZMO, 2002.:207). Nakon čvrste centralizacije mirovinskog osiguranja 40-ih godina, dolazi do postupne decentralizacije 50-ih kada se postupno počinju formirati zavodi za socijalno osiguranje na čijem čelu se nalaze skupštine i samoupravna tijela sastavljena od predstavnika zaposlenika i uprava poduzeća. Mirovine se i dalje financiraju iz doprinosa zaposlenih, a uvode posebne kategorije osiguranika koje su uglavnom činili vojnici i policajci. Tim posebnim kategorijama osiguranika su se davale subvencije iz državnog proračuna. Još jedna novina iz tog razdoblja je odvajanje zdravstvenog osiguranja u zasebnu granu 1954. godine. Možda najvažnija promjena koja se uvela u mirovinsko osiguranje 1964. godine bila je mogućnost dobrovoljnog mirovinskog osiguranja za one ljude koji nisu bili obuhvaćeni obveznim mirovinskim osiguranjem. Iz tog se razloga formirala Zajednica invalidsko-mirovinskog osiguranja samostalnih zanatlija, samostalnih ugostitelja i prijevoznika. Nedugo nakon toga, 1980. godine formirano je i mirovinsko osiguranje individualnih poljoprivrednika u koje poljoprivrednici uplaćuju doprinose na osnovi katastarskog prihoda, a država sudjeluje u sufinanciranju mirovina pojedinih kategorija umirovljenika (Puljiz, 2007). Iz svega navedenog se može zaključiti da je mirovinski sustav na području današnje Hrvatske već 70-ih godina bio razvijen na razini drugih europskih država, na što nam ukazuje i sljedeći tekst: „Na taj način mirovinsko osiguranje je već sedamdesetih godina bilo i uvedeno i provodilo se po uzoru na mirovinsko osiguranje u europskim državama za razliku od socijalističkih država Istočne Europe, koji su kasniji pad Berlinskog zida i ulazak u tranziciju iz socijalističkog u sustav liberalne demokracije i tržišnog gospodarstva dočekale u tom pogledu s nerazvijenim mirovinskim sustavima, koji su funkcionirali kao dio državne administracije.“(HZMO, 2002.:69).

Nakon osamostaljenja uveden je Ustav Republike Hrvatske 1990. godine u kojem se navodi da je mirovinsko osiguranje pravo zaposlenih i njihovih obitelji na socijalno osiguranje i socijalnu sigurnost. Nije bilo znatnijih promjena u obilježjima mirovinskog osiguranja netom nakon osamostaljenja jer su se primjenjivale odredbe ranijih zakona i drugih propisa koje su se malo korigirale i prilagođavale novim uvjetima. Tako je došlo do izmjene Zakona o

mirovinskim i invalidskom osiguranju i Zakona o mirovinskom i invalidskom osiguranju individualnih poljoprivrednika (Puljiz, 2007).

Kako bi se prilagodili novim socijalnim i gospodarskim uvjetima mnoge su europske zemlje, pa tako i Hrvatska, provele mirovinske reforme kako bi riješili krize koje su zahvatile mirovinski sustav i učinile ga neodrživim. Te promjene se ogledaju u demografskim problemima poput starenja stanovništva zbog niske stope fertiliteta i produljenja prosječne dobi življenja. Osim navedenog, na krize u mirovinskom sustavu je utjecala i sve veća nezaposlenost koja je ponajviše pogodila postsocijalističke zemlje. Prva takva reforma u Hrvatskoj se provela 1999. godine. „Ciljevi te reforme su bili: transformirati i srediti pravno i financijsko stanje mirovinskog sustava, smanjiti priljev novih osiguranika, usporiti rast mirovinskih izdataka, povećati ovisnost mirovina od doprinosa, pojačati individualnu odgovornost građana za sigurnu starost, dugoročno stabilizirati i učiniti održivim mirovinski sustav.“ (Puljiz, 2007). Ono što je dovedeno tom reformom je podizanje dobi odlaska u mirovinu svake godine za šest mjeseci počevši od 1999. godine. To je značilo da će se u razdoblju od 10 godina odlazak u mirovinu povećati sa početnih 60, na novih 65 godina za muškarce, te sa 55 godina na 60 za žene. Tom odlukom se željelo smanjiti priljev novih umirovljenika što bi rezultiralo smanjenjem financijskog pritiska na mirovinski fond. Druga odluka koja je dovedena tom reformom je povećanje razdoblja zaposlenosti na temelju kojeg se obračunavaju mirovine (radni staž). Prije uvođenja tog zakona, mirovine su se računale po visini plaće zaposlenika u 10 godina koje su bile najpovoljnije za njega. Novim zakonom to se promijenilo, te su se mirovine počele obračunavati na temelju plaće za cijeli radni vijek zaposlenika. To je utjecalo na smanjenje mirovinske osnovice što bi značilo i niže mirovine. Treća važna promjena uvedena ovom reformom je promjena načina indeksacije (usklađivanja) mirovina. Prvotni zakon je usklađivao mirovine prema plaćama zaposlenih pa se održavala ista zamjenska stopa mirovina u odnosu na plaće. S tržišnim i demografskim promjenama koje podrazumijevaju povećanje broja umirovljenika i smanjenje broja zaposlenih, taj način usklađivanja mirovina je bilo teško održati. Na kraju je novi zakon izglasao tzv. švicarsku formulu prema kojoj se usklađivanje vrši 50% prema cijenama i 50% prema plaćama. Još neki od izglasanih stavki reforme su pooštavanje uvjeta za odlazak u prijevremenu mirovinu, invalidsku mirovinu i uz to je izmijenjen postupak utvrđivanja invalidnosti. Uvedena je profesionalna invalidnost koja je podrazumijevala da osobe koje izgube radnu sposobnost mogu obavljati druge poslove primjerene njihovim radnim sposobnostima (Puljiz, 2007). I za kraj, reformom je uspostavljen novi način izračuna

mirovina koji se zasniva na bodovnom sustavu. „Visina se mirovine dobiva množenjem broja osobnih bodova umirovljenika, mirovinskog faktora te aktualne vrijednosti mirovine. Broj mirovina temelji se na dužini staža te visini plaća koje je osiguranik postigao tijekom razdoblja koje se uzima za obračun mirovine, a visina mirovinskog faktora vezana je uz vrstu mirovine“ (Potočnjak, 2000).

Nakon toga je 2001. godine smanjena stopa doprinosa za mirovinsko osiguranje s 21,5% na 19,5%. Od tih 19,5% predviđeno je da 14,5% ide na financiranje prvog stupa temeljenog na međugeneracijskoj solidarnosti, a 5% na financiranje drugog stupa temeljenog na kapitaliziranoj mirovinskoj štednji. No to nije bilo dugo na snazi, jer je već 2003. godine stopa mirovinskog doprinosa povišena na 20% bruto plaće, od čega 15% ide na prvi stup, a 5% na drugi mirovinski stup. Sve te mjere su imale pozitivan utjecaj na smanjenje nestabilnosti u mirovinskim sustavu jer je došlo do stabilizacije broja umirovljenika i poboljšanja omjera s brojem osiguranika (Puljiz, 2007).

Zatim je 2002. godine provedena druga mirovinska reforma koja je formirala mirovinski sustav kakav danas poznajemo. Hrvatski mirovinski sustav danas se sastoji od dva obvezna i jednog dobrovoljnog stupa mirovinskog osiguranja. Nakon mirovinske reforme 2002. godine, Hrvatska je prešla s mirovinskog sustava temeljenog isključivo na načelu međugeneracijske solidarnosti na kapitalizirani sustav koji se temelji na individualnim računima budućih umirovljenika u tzv. trostupni mirovinski sustav. Prva dva stupa su obvezna za svaku zaposlenu osobu u RH, a treći stup predstavlja dobrovoljnu mirovinsku štednju uz državne poticaje. Zaposleni građani moraju izdvajati 20% iz svoje bruto plaće za prva dva stupa mirovinskog osiguranja, dok je iznos koji će uplaćivati u treći stup potpuno individualan i ovisi o volji pojedinca i tome koliku mirovinu žele imati u budućnosti. Prvi stup je tako obvezni stup mirovinskog osiguranja temeljen na načelu međugeneracijske solidarnosti i načelu utvrđenih doprinosa. Ti doprinosi se uplaćuju u Državnu riznicu za isplatu mirovina aktivnim umirovljenicima. Osobe koje su osigurane samo u prvom stupu uplaćuju 20% doprinosa iz bruto plaće, a osobe koje su osigurane i u prvom i u drugom stupu uplaćuju 15% doprinosa za prvi stup i 5% u drugi stup. Mirovina iz prvog stupa se određuje na temelju Zakona o mirovinskom osiguranju i u cijelosti je provodi Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje. Drugi stup je također obvezan i predstavlja individualnu kapitaliziranu štednju u visini od 5% bruto plaće. U ovom stupu poslodavac obračunava i uplaćuje doprinose na osobni račun osiguranika u obvezni mirovinski fond koji on odabire i koji zatim upravlja tim sredstvima na osobnom računu i uvećava ih za prinos ostvaren ulaganjem tih sredstava.

Sredstva na osobnom računu u okviru drugog stupa predstavljaju privatnu imovinu i predmet nasljeđivanja. Mirovinska društva u privatnom vlasništvu upravljaju mirovinskim fondovima. U ovom stupu se mirovina određuje na temelju tri zakona: Zakona o mirovinskom osiguranju, Zakona o obveznim Mirovinskim fondovima i Zakona o mirovinskim osiguravajućim društvima. Isplatu mirovina iz drugog mirovinskog stupa vrše mirovinska osiguravajuća društva. Prednost koju dobiju korisnici prvog i drugog stupa su izbor povoljnije mirovine. Osiguranici mogu izabrati mirovinu kao da su samo osigurani u prvom stupu ili mogu izabrati kombiniranu mirovinu koja podrazumijeva osnovnu mirovinu iz prvog stupa i mirovinu iz drugog stupa temeljenu na individualnoj kapitaliziranoj štednji. Za razliku od prva dva stupa koja su obvezna, teći mirovinski stup je dobrovoljni i predstavlja individualnu kapitaliziranu štednju temeljenu na osobnim Uplatama u dobrovoljni mirovinski fond. Ovaj stup je namijenjen svim građanima koji uplatama u fond ostvaruju svoja prava i članstvo. Poslodavci koji vrše Uplate na račun svojih zaposlenika u dobrovoljnim mirovinskim fondovima imaju porezno priznati trošak uplate do 6 000 kuna godišnje po zaposleniku. Dobrovoljnim mirovinskim fondovima upravljaju mirovinska društva u privatnom vlasništvu, a ušteđena sredstva na osobnom računu člana fonda su privatno vlasništvo i u potpunosti nasljeđiva. Isplatu mirovina iz trećeg stupa vrše mirovinska osiguravajuća društva, mirovinska društva i Društva za životno osiguranje. Pravo na mirovinu iz ovog stupa nije povezano s radnim statusom i može se početi koristiti s navršениh 55 godina ili čak s 50 godina ako je riječ o osobama koje su postale član dobrovoljnog mirovinskog fonda prije 1.1.2019. godine. Zakoni koji reguliraju treći stup mirovinskog osiguranja su Zakon o dobrovoljnim mirovinskim fondovima i Zakon o mirovinskim osiguravajućim društvima, a nadzor nad provedbom drugog i trećeg stupa vrši Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga (HANFA). (HRMOD)

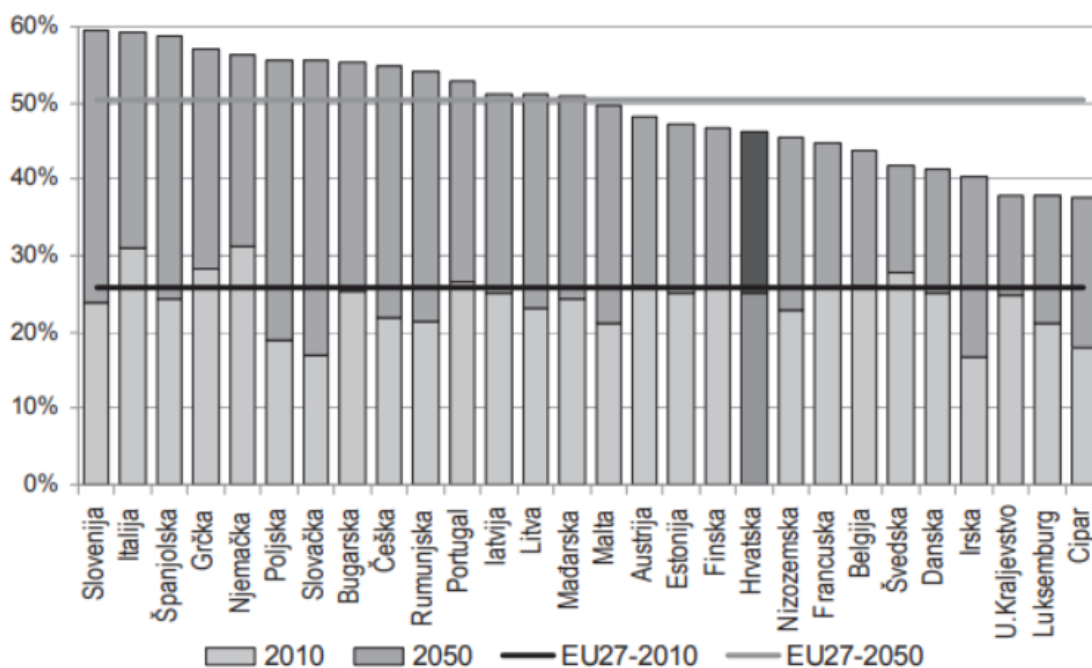
3.2. Demografski izazovi mirovinskog sustava u Republici Hrvatskoj

Svrha i najvažnija funkcija mirovinskog sustava je da stanovnicima predstavlja mehanizam koji im omogućuje i pomaže u raspodjeli potrošnje tijekom cijelog života, ali posebno nakon završetka radnog vijeka, invalidnosti ili pak gubitka hranitelja. Isto tako, mirovine predstavljaju važan oblik kako individualne tako i nacionalne štednje koje ne samo da su važne za građane, već i za društvo u cjelini. Zbog činjenice da utječu na ekonomsku sudbinu većine ljudi, mirovinski sustav jako važno civilizacijsko dostignuće bez kojega moderno društvo ne bi bilo u stanju dobro funkcionirati. Iz državnog proračuna se velike količine

sredstava odvajaju za mirovine, a mirovinski fondovi mnogih zemalja raspolažu velikim kapitalom. Demografska slika modernog europskog društva je sve lošija zbog demografskog starenja stanovništva, što podrazumijeva i činjenicu kako je veliki udio glasača na izborima starije stanovništvo. To je jedan od razloga zašto su mirovinski sustavi čest predmet političkih nametanja, te stručnih i znanstvenih rasprava (Puljiz, 2007). Kao i u većini drugih država, tako se i u Hrvatskoj krajem 20. stoljeća javni mirovinski sustav utemeljen na međugeneracijskoj solidarnosti našao u problemima zbog demografskog trenda starenja populacije. Sve više raste broj i udio starijih osoba u ukupnom stanovništvu zbog produljenog vijeka trajanja života, te sve manje stope fertiliteta. Hrvatsku je osim navedenog u probleme doveo rat, tranzicija od socijalističkog k tržišnom gospodarstvu, te loše oblikovan mirovinski sustav (Vuković, 2005). Drugi razlog koji je doveo mirovinski sustav u krizu je smanjivanje stope fertiliteta, odnosno prosječan broj djece koje će roditi jedna žena tijekom svoje fertile dobi, koja je dosta ispod stope proste reprodukcije stanovništva koja zahtijeva stopu fertiliteta od najmanje 2,1. Zbog toga je u Hrvatskoj sve manje mladih, a sve više starijih zbog povećanja prosječnog životnog vijeka osoba (Puljiz, 2007). Prema podacima s Eurostata očekuje se pad broja stanovnika s 4,06 milijuna u 2020. godini na 3,20 milijuna u 2060., te 2,78 milijuna u 2100. godini. Zbog poboljšanja životnih uvjeta sve je više stanovnika starijih od 85 godina što stvara dodatan teret na mirovinski sustav (Pavković, 2021).

Prema popisu stanovništva 2001. godine u Hrvatskoj je živjelo 15,9% osoba starijih od 65 godina, dok se taj postotak povećao na 17,3% do popisa stanovništva 2010. godine (Ekonomski institut, Zagreb, 2011). Prema zadnjem popisu stanovništva iz 2021. udio stanovništva starijeg od 65 godina iznosio je 22,45% (DZS, 2022). Projekcije za 2061. pokazuju rast tog udjela sve do 29,4% (DZS, 2011). No osim loših pokazatelja udjela osoba starijih od 65 godina, prema DZS se očekuje i smanjenje udjela stanovništva u ranoj dobi (15-64) sa 67,4% koliko je iznosilo 2010. godine, na 57,4% u 2061. godini. Sve veći udio starijih osoba, odnosno osoba od 65 godina i više, imaju negativan utjecaj na povećanje koeficijenta ovisnosti starog o radnom kontingentu stanovništva. Projekcije za taj koeficijent su povećanje sa 25,6% u 2010. na 48,6% u 2051, te 51,4% u 2061. (Ekonomski institut, Zagreb, 2011).

Slika 2 Projekcije stopa demografske ovisnosti (stanovništvo 65+/15-64) u 2010. i 2050.

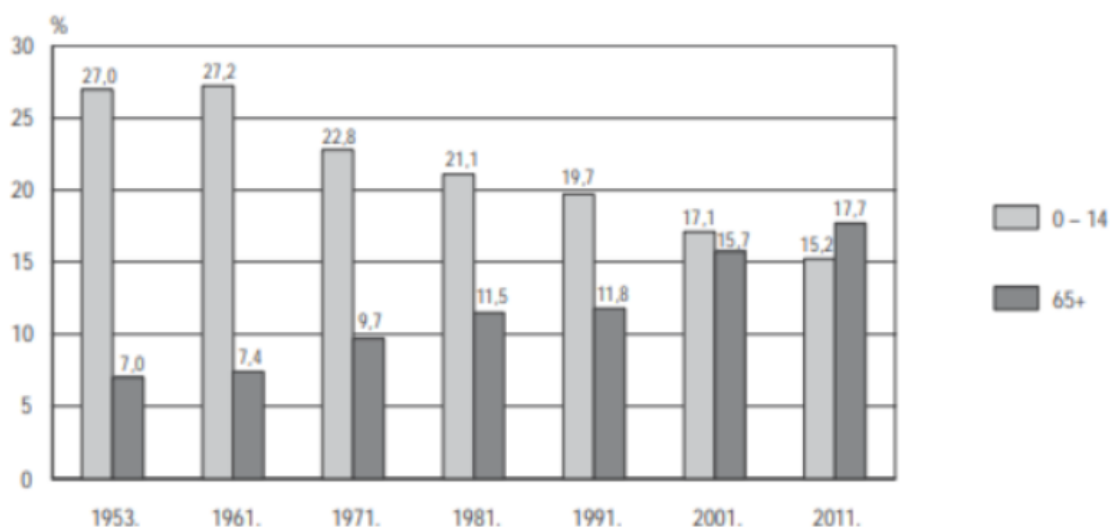


Izvor: Eurostat, DZS (2011.) za Hrvatsku

Na slici 2 se može vidjeti da se Hrvatska nalazi oko prosjeka zemalja EU prema stopi demografske ovisnosti, te da bi tako moglo i ostati sve do polovice ovog stoljeća.

Do povećanja udjela starijeg stanovništva je došlo ponajprije zbog dugotrajne niske stope fertiliteta i istodobnog povećanja očekivanog trajanja života. Opća stopa fertiliteta 1960. godine je bila 2,2%, što je iznad reprodukcije granice od 2,1%. Ta stopa već do 1980. pada na 1,9% nakon čega nastavlja ubrzano padati sve do povijesno najniže razine od 1,32% u 2003. godine (DZS, 2006). Nakon toga je uslijedio blagi oporavak kada je opća stopa fertiliteta narasla na 1,46% u 2008. i 1,49% u 2009. godini što je približno prosjeku EU. Što se tiče općeg povećanja očekivanog trajanja života ono se procjenjuje na 79,4 godine za žene i 72,6 godine za muškarce (DZS, 2011), a navedeni pokazatelj je u stalnom rastu.

Slika 3 Udio stanovništva u dobi od 0 do 14 godina i 65 i više



Izvor: DZS (2011)

Na slici 3 je prikazano kretanje udjela stanovništva u dobi od 0 do 14 godina, te stanovništva starijeg od 65 godina za razdoblje od 1953. do 2011. Vidljivo je kako je udio mlađeg stanovništva, do 14 godina, bio puno zastupljeniji i sve do 2011. je bilo više stanovnika te dobi nego onih starijih od 65. S vremenom se taj udio sve više smanjivao, dok se istodobno udio starijeg stanovništva povećavao, pa tako 2011. godine po prvi puta prednjači starije stanovništvo.

Starenje stanovništva nije samo sudbina Hrvatske, već cijelog svijeta. Prema procjenama, starenje stanovništva u zemljama UN-a i OECD-a postaje sve značajnije i ukazuje na povećanje broja starijih u ukupnoj populaciji uz smanjivanje stope rasta ukupnog stanovništva i opadanje udjela mladih.

Slika 4 Koeficijenti starenja stanovništva za zemlje OECD-A u razdoblju 1950-2050. godine

	1950.	1980.	2000.	2010.	2020.	2030.	2040.	2050.
Kanada	7.7	9.5	12.8	14.6	18.6	22.4	22.5	21.3
Francuska	11.4	14.0	15.3	16.3	19.5	21.8	22.7	22.3
Njemačka	9.4	15.5	17.1	20.4	21.7	25.8	27.6	24.5
Italija	8.0	13.5	15.3	17.3	19.4	21.9	24.2	22.6
Japan	5.2	9.1	15.2	18.6	20.9	20.0	22.7	22.3
Velika Britanija	10.7	14.9	14.9	14.6	16.3	19.2	20.4	18.7
SAD	8.1	11.3	12.2	12.8	16.2	19.5	19.8	19.3
Prosjek* gornjih zemalja	8.6	12.5	14.6	16.4	18.9	21.5	22.8	21.6
Prosjek** svih OECD zemalja	8.5	12.2	13.9	15.4	18.0	20.6	22.1	21.4

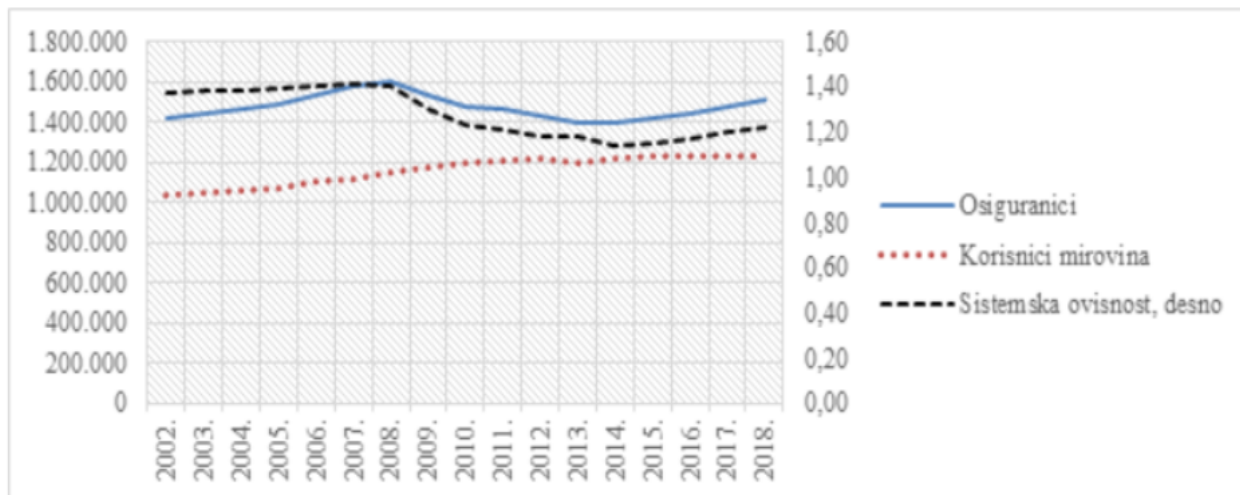
Izvor: Reforming Public Pensions, OECD, Paris, 1988, str. 39.

Navedeno je i prikazano na slici 4 gdje vidimo da je 1990-ih jedan od sedam stanovnika stariji od 65 godina, dok će taj odnos već 2025. godine biti jedan naprema pet. Ono što zabrinjava je činjenica kako ne postoje nekakve naznake kako mi moglo doći do povećanja fertiliteta što bi proces starenja u svijetu usporio. Ono što razlikuje Hrvatsku od drugih zemalja OECD-a je postojanje tzv. „krmje generacije“, odnosno postojanje onih generacija koja su zbog posljedica ratova i niskog nataliteta u vrijeme ratova, ostale toliko malobrojne da će se negativne demografske posljedice osjećati sve dok te generacije ne iščeznu. Drugim riječima bi to značilo da će sve do 2025. godine u staru populaciju brojčano pritjecati sve manje ljudi, odnosno da bi se pritisak na umirovljenje trebao smanjiti. Tek nakon toga se smatra da dolazi do jakog pritiska na mirovinski sustav kada će sve veći broj pripadnika starijih generacija odlaziti u mirovine (Milinković, 1994).

Omjer broja osiguranika i umirovljenika je osnovni podatak koji govori o stanju u mirovinskom sustavu, a starenje stanovništva dovodi do smanjenja tog omjera. U 2010. godini bilo je registrirano ukupno 1 475 363 osiguranika i 1 200 386 korisnika mirovine,, odnosno omjer osiguranika i umirovljenika je iznosio 1,23:1. U 2011. godini dolazi do povijeno najnižeg omjera od 1,21:1. Smatra se kako je na smanjenje omjera utjecala Velika gospodarska kriza iz 2008. godine jer je omjer osiguranika i umirovljenika 2007. godine iznosio 1,41:1 (Ekonomski institut, Zagreb, 2011). Prema najnovijim podacima u Hrvatskoj je u ožujku 2023. godine bilo 1 610 157 osiguranika i 1 227 499 korisnika mirovina, što čini omjer od 1,31:1 (HZMO, 2023). Zbog posljedica rata, hrvatski mirovinski sustav veliku

količinu sredstava izdvaja za invalidske mirovine. Krajem 2010. godine invalidsku mirovinu je koristilo 27,2% korisnika mirovina, drugim riječima oko 28% ukupnih rashoda na mirovine u 2010. godini odnosilo se na invalidske mirovine. U usporedbi s drugim državama taj udio invalidske mirovine u ukupnim mirovinama je u Hrvatskoj jako visok (Bađun, 2011).

Slika 5 Kretanje broja osiguranika i umirovljenika 2002.-2018.



Izvor: Godišnji izvještaj HZMO 2018.

Na grafikonu 1 je prikazano kretanje broja osiguranika i umirovljenika za razdoblje od 1980. do 2004. godine. Vidljivo je kako se broj osiguranika sve više smanjiva, dok se istodobno broj korisnika mirovina povećava (Vuković, 2005.)

Niska stopa aktivnosti stanovništva svih dobnih skupina, prijevremeno umirovljenje, kratak mirovinski i radni staž, te nezainteresiranost za rad u mirovini još dodatno stvaraju šroblem za i ovako nestabilan mirovinski sustav (Pavković, 2021). Prosječni mirovinski staž korisnika starosnih mirovina je u 2010. iznosio 32 godine, a prosječni mirovinski staž svih korisnika mirovina je iznosio 29 godina (Ekonomski institut, Zagreb, 2011). Staž se s vremenom povećava, pa tako prema podacima za 2023. godinu on iznosi 31 godinu za ukupan broj korisnika mirovina, dok je za korisnike starosnih mirovina i dalje ostao na 32 godine (HZMO, 2023). Prosječno vrijeme korištenja mirovine čini dvije trećine prosječnog radnog staža, a u zadnjih nekoliko godina i ono raste (Ekonomski institut, Zagreb, 2011).

Jasno je kako su demografske karakteristike određene zemlje jedan od ključnih čimbenika koji utječu na mirovinski sustav. Te su karakteristike uglavnom lako mjerljive, dugoročne i precizne što bi značilo da se mogu donijeti pretpostavke o budućnosti mirovina na temelju tih

kretanja. Do poremećaja u tim kretanjima može doći tek zbog ratova koji mogu poremetiti osnovne tendencije i odnose, ali u manjoj mjeri. Ono što u većoj mjeri utječe na mirovinske sustave su moralni, etički ili psihološki čimbenici. Starenje stanovništva ne utječe samo na nestabilnosti u mirovinskom sustavu već i na troškove zdravstvenog sustava, starenje radne snage itd. (Milinković, 1994).

Sve navedene demografske promjene koje otežavaju funkcioniranje mirovinskih sustava vode i do promjena u ponašanju prema starijim osobama. Tako sve veći udio starijih osoba ima i svoje potrebe koje se trebaju zadovoljiti, te zadnjih godina sve veću važnost dobivaju različiti oblici izvaninstitucionalne skrbi. Zbog toga bi Hrvatska trebala znatnije proširiti već postojeće programe skrbi za starije kao i provoditi novu shemu socijalne zaštite u tom području. Već postojeći koncept *aktivnog starenja* podrazumijeva sudjelovanje starijih osoba u donošenju kao i provođenju odluka koje su bitne za njihov život. To znači da život ne prestaje u starijoj dobi već da i za starije generacije postoji mjesto u redistribuciji dobara i usluga. S obzirom na činjenicu kako starije stanovništvo postaje dominantna skupina u strukturi stanovništva i da postaje sve utjecajnije, na nju treba gledati ozbiljno i prilagođavati joj se. U budućnosti se očekuje još veći utjecaj starije generacije u razvoju (Jedvaj, Štambuk, Rusac, 2014).

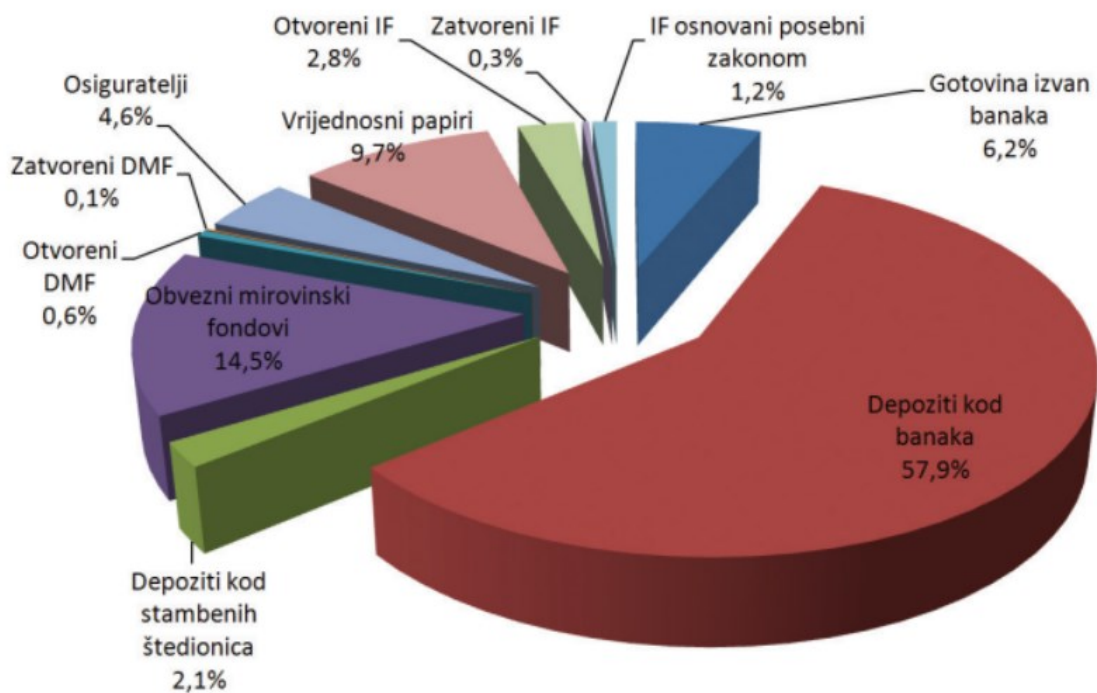
3.3. Ključni izazovi kapitalizirane mirovinske štednje u Republici Hrvatskoj

Kapitalizirana mirovinska štednja u Republici Hrvatskoj podrazumijeva drugi i treći stup mirovinskog sustava, odnosno obvezno mirovinsko osiguranje na temelju individualne kapitalizirane štednje i dobrovoljno mirovinsko osiguranje na temelju individualne kapitalizirane štednje. Razlike između ta dva stupa su što je drugi stup obavezan a treći nije. Nadalje, drugi stup se financira iz doprinosa i ta prikupljena sredstva se prosljeđuju u obvezni mirovinski fond na osobni račun osiguranika. Ta sredstva su osobna imovina osiguranika iz koje će se financirati njihova osobna mirovina čiji iznos ovisi o iznosu uplaćenih i kapitaliziranih doprinosa (tj. o vrsti i obliku odabrane mirovine). Treći stup se temelji na individualnoj kapitaliziranoj štednji baš kao i drugi stup, te visinu mirovine određuje iznos uplaćenih sredstava (Moja socijalna sigurnost, 2023).

Osnovno sredstvo kapitalizacije u sustavima individualne kapitalizirane štednje su mirovinski fondovi, a nakon umirovljenja se kapitalizirana sredstva iz mirovinskih fondova prebacuju u mirovinsko osiguravateljsko društvo koje se bavi isplatom mirovina (Latković, Liker, 2009).

Ključni izazovi kapitalizirane mirovinske štednje u Republici Hrvatskoj se očituju u starenju stanovništva, produljenju životnog vijeka, te u promjeni starosne strukture stanovništva. To dovodi do neodrživosti mirovinskog sustava zbog sve većeg broja umirovljenika, što proizlazi iz produljenja životnog vijeka, te sve manjeg broja radno aktivnog stanovništva. Već je spomenuto kako je u Republici Hrvatskoj prisutan trend dugoročnog povećanja broja umirovljenika u odnosu na broj zaposlenih (stopa ovisnosti). Svi navedeni demografski trendovi koji negativno utječu na mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj skupa sa negativnim kretanjem stope ovisnosti, zahtijevaju prilagodbu države u pogledu održivosti javnih financija, ali možda i važnije, prilagodbu pojedinca u planiranju načina financiranja životnog standarda u trećoj dobi. Stanovništvo je sve više svjesno potrebe za štednju za starost, no financijska pismenost i dalje nije na razini zbog čega dosta stanovništva i dalje nije svjesno važnosti, rizika i mogućnosti koje ovakav oblik štednje donosi (Hrvatski ured za osiguranje, 2012).

Slika 6 Financijska imovina sektora stanovništva u Republici Hrvatskoj, 2011. godina



Izvor: Hrvatski ured za osiguranje, dostupno na: https://huo.hr/upload_data/editor/files/materijal-bilten-uloga-dru-tava-za-osiguranje-u-mirovinskoj-reformi-u-rh%281%29.pdf (Preuzeto 28.4.2023.)

Zastupljenost financijske imovine stanovnika u Republici Hrvatskoj po pojedinim vrstama bitno se razlikuje od financijske imovine razvijenih svjetskih tržišta. Kao što je na grafikonu i vidljivo čak 64,1% imovine sektora stanovništva svoju imovinu ulaže u gotovinu i depozite, 14,5% se ulaže u zakonom propisane obvezne mirovinske fondove, 4,6% u životno osiguranje, a samo 0,7% u dobrovoljne mirovinske fondove. Slikovito prikazano to bi značilo da prosječan stanovnik Republike Hrvatske od 100 kuna štednje manje od 5,3 kune ulaže u dobrovoljnu mirovinsku štednju. Na razvijenim tržištima situacija je bitno drugačija. Navedeno ukazuje na veliku važnost poticanja i razvoja dugoročne dobrovoljne štednje za mirovinu s obzirom da veliki broj stanovništva nema profiliran stav prema dugoročnoj štednji, te da ju u potpunosti zanemaruju (HUO).

Od drugih izazova kapitalizirane mirovinske štednje mogu se izdvojiti različiti rizici sustava koji mogu negativno utjecati na tržište. Među prvim rizicima se javlja visok rizik koncentracije sektora s obzirom na činjenicu da samo četiri mirovinska društva upravljaju s ukupno 12 obveznih mirovinskih fondova. Visok stupanj koncentracije upravljanja može negativno utjecati na ulagačke strategije i odluke u vidu procikličkih i destabilizirajućih odluka o kupnji ili prodaji istog financijskog instrumenta u nekom trenutku. Također visok stupanj koncentracije upravljanja može dovesti do sistemskog rizika na tržištu i tako utjecati na volatilnost, cijene i sentiment investitora. Sljedeći rizik kojem je kapitalizirana mirovinska štednja izložena je kreditni rizik do kojeg dolazi zbog visoke koncentracije domaćih obvezničkih ulaganja. Također je važno istaknuti i valutni rizik do kojeg dolazi zbog povećanja alokacije sredstava u financijske instrumente na inozemnim tržištima (HANFA, 2021).

3.4. Važnost dobrovoljne mirovinske štednje za primjerenost mirovina u budućnosti

Primjerenost mirovinskih primanja, održivost mirovinskih sustava i sigurnost štednje za mirovinu su najvažniji ciljevi i izazovi svih razvijenih zemalja i zemalja u razvoju, pa tako i Hrvatske. Primjerenost mirovine podrazumijeva zadovoljstvo umirovljenika s visinom mirovina, zaštitu od siromaštva u starosti i mogućnost zadržavanja stila života kakav se živio prije umirovljenja (Nestić, Tomić, 2012).

„Starenje stanovništva, visoka razina javnog duga i ograničenost proračunskih sredstava kao i rastući mirovinski izdaci, ukazuju na neodrživost visoke ovisnosti o javnom sustavu mirovinskog osiguranja utemeljenom na međugeneracijskog solidarnosti. Projekcije Europske komisije pokazuju kako će se troškovi javnog mirovinskog sustava (prvog stupa) na razini Europske unije u razdoblju od 2007. do 2060. povećati za 2,6 postotnih poena u odnosu na BDP, a na razini zemalja Euro područja u istom razdoblju za 2,8 postotnih poena u odnosu na BDP. Time će ovi troškovi u određenim zemljama EU iznositi čak do 25% BDP-a. „ (Hrvatski ured za osiguranje, 2012). Navedeno ukazuje na potrebu da se mirovinski sustav sve više oslanja na individualnoj kapitaliziranoj štednji za mirovinu, a posebno u obliku individualne dobrovoljne štednje za mirovinu.

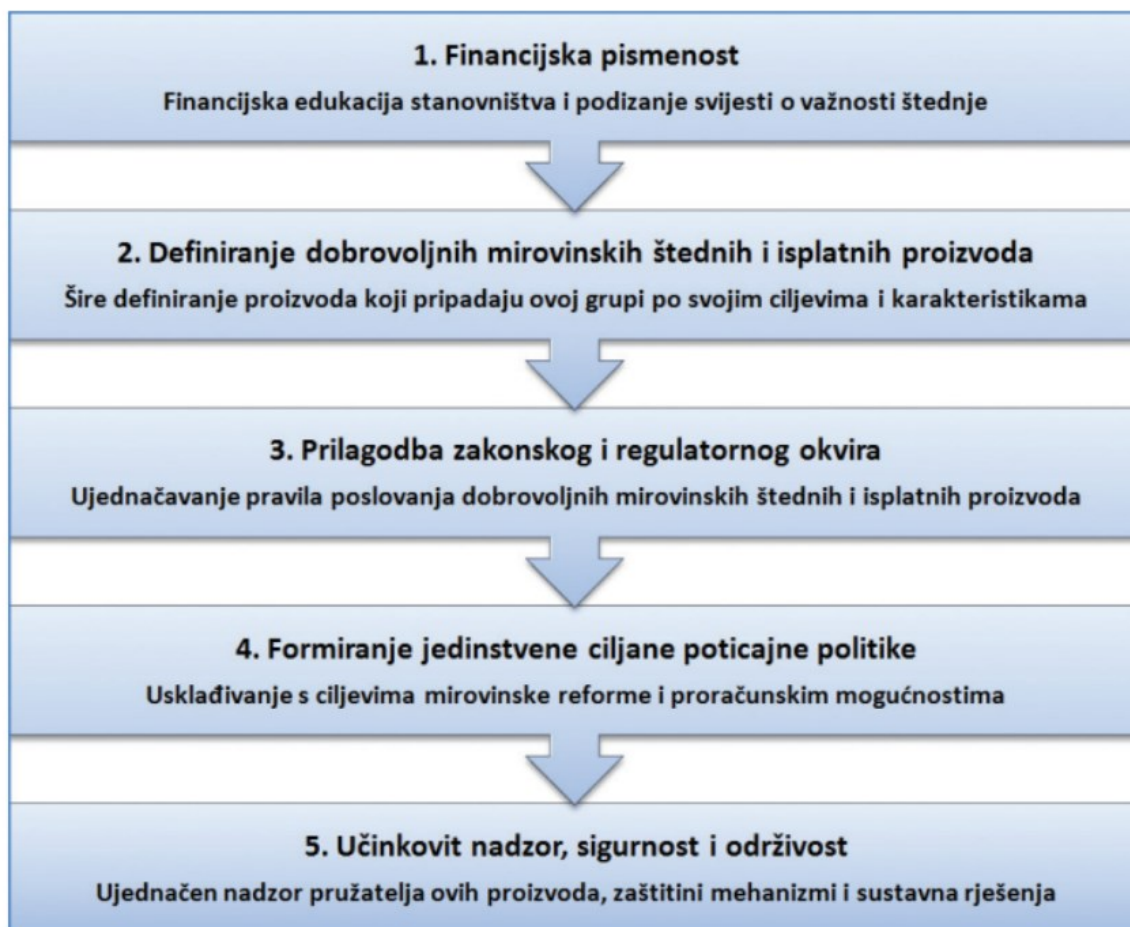
Kako u svijetu tako i u Hrvatskoj kretanja i izazovi koji ističu važnost prelaska na sustave kapitalizirane štednje i vlastite štednje za starost su:

- Demografske promjene – starenje stanovništva (uloga zdravstvenog osiguranja, skrbi za stare, štednje za mirovinu te isplate kapitaliziranih mirovina)
- Ograničenost proračunskih sredstava i uloga države u poticanju štednje za mirovinu (porezni poticaji, zakonska rješenja, edukacije, važnost ukupnih učinaka na financijski sustav i gospodarstvo)
- Nužnost pojedinca da se (dijelom) samostalno brine i štedi za mirovinu
- Izloženost financijski rizicima štednje za mirovinu i isplate kapitaliziranih mirovina

Pozitivna činjenica je da polagano raste broj osiguranika u okviru dobrovoljnog mirovinskog osiguranja. Na kraju lipnja 2021. godine broj članova dobrovoljnog mirovinskog osiguranja iznosi 387,7 tisuća. Godišnja stopa rasta članova dobrovoljnog mirovinskog fonda prije pandemije 2020. godine je iznosila 7%, nakon čega je usporila na 4,3% kao posljedica negativnih tržišnih kretanja. Porast broja članova vodi ka povećanju prosječnih uplata u tom stupu (HANFA, 2021).

Sve razvijenije zemlje, a u posljednje vrijeme i zemlje u razvoju, na razne načine potiču mirovinsku štednju u različitim oblicima štednje upravo zbog velikog pozitivnog utjecaja koje ulaganje u dobrovoljne mirovinske fondove ima na primjerenost životnog standarda u starijoj životnoj dobi. Jedan od prijedloga kako poticati ulaganja u dobrovoljne mirovinske štedne i isplatne proizvode je prikazan ispod na slici 5.

Slika 7 Prijedlog strateškog okvira poticanja mirovinskih proizvoda



Izvor: HUU, dostupno na: https://huo.hr/upload_data/editor/files/materijal-bilten-uloga-dru-tava-za-osiguranje-u-mirovinskoj-reformi-u-rh%281%29.pdf, preuzeto 28.4.2023.

Najvažniji preduvjet u poticanju ljudi na štednju u dobrovoljnim mirovinskim fondovima je svakako financijska pismenost stanovništva. Takvi projekti koji promiču financijsku pismenost bi se trebali provoditi od strane nacionalnih tijela i udruženja, vlada, ministarstava, strukovnih udruženja i nadzornih institucija. Sljedeći korak je definiranje dobrovoljnih mirovinskih štednih i isplatnih proizvoda, odnosno ispunjavaju li kriterije dobrovoljne dugoročne mirovinske štednje, a sve u svrhu da štediše mogu kreirati svoj mirovinski plan štednje. Važnost definiranja kriterija je da bi ti proizvodi ostvarili poticajni tretman, usmjerili se na postizanje svojih početnih ciljeva, i ono najvažnije kako bi ih se razlikovalo od ostalih štednih i ulagačkih financijskih proizvoda. Na trećem mjestu je prilagodba zakonskog i regulatornog okvira. Ona je potrebna da bi se osigurala ravnopravna tržišna utakmica kao i veća razina zaštite potrošača. Dobrovoljnu štednju za mirovinu je potrebno šire definirati u okviru nadležnih zakona u svrhu prepoznavanja svih financijskih proizvoda koji ostvaruju

karakteristike dugoročne štednje za mirovinu. Na četvrtom mjestu je formiranje jedinstvene ciljane poticajne politike jer ne postoji jedinstvena politika poticanja štednje na razini Europske unije. Svaka zemlja za sebe mora napraviti svoj plan i pristupiti problemu individualno ovisno o karakteristikama svog mirovinskog sustava, proračunskih mogućnosti, značenju pojedinog oblika štednje za mirovinu, demografskim karakteristikama stanovništva, te značaju štednje za mirovinu i razvoj financijskog i gospodarskog okruženja. I posljednji korak u poticanju štednje u dobrovoljnom mirovinskom fondu je učinkovit nadzor, sigurnost i održivost opet u svrhu osiguranja ravnopravnosti tržišne utakmice i jednake razine zaštite potrošača. Zbog toga je važno ujednačiti okvir nadzora, pravila oglašavanja i prodajnu praksu definiranih proizvoda dobrovoljne štednje za mirovinu i isplate kapitaliziranih mirovina. O važnosti ulaganja u dobrovoljne mirovinske fondove govori i činjenica da ulaganja u dobrovoljnu štednju za mirovinu u zemljama Euro područja iznosi 30,3% imovine sektora stanovništva, dok u Republici Hrvatskoj iznosi tek 5,3% (HUO, 2021).

4. ISTRAŽIVANJE STAVOVA GENERACIJE Z O BUDUĆNOSTI SVOJIH MIROVINA

4.1. Prikaz podataka i metodologije istraživanja

U ovom dijelu rada prikaza će se istraživanje stavova generacije Z o održivosti mirovinskog sustava u Republici Hrvatskoj kao i o budućnosti svojih mirovina. Istraživanje se provelo na temelju induktivne metode koja podrazumijeva donošenje općih zaključaka na temelju individualnih odgovora, kao i na temelju deduktivne metode koja znači donošenje zaključaka na temelju niza logičnih pretpostavki. Istraživanje se temeljilo na kvantitativnom istraživanju putem *on-line* upitnika jer podaci iz istraživanja podrazumijevaju odgovore koji uključuju demografska obilježja, mišljenja i stavove. Također se u istraživanju koriste metode analize i deskripcije za analizu socio-demografskih karakteristika ispitivanog uzorka jer se na taj način podaci mogu jednostavno, grafički i tablično obraditi kao i izračunati statistički podaci. Od 17. travnja do 9. svibnja provedena je online anketa putem Google obrasca pri čemu je anketu ispunilo 147 osoba. Uvjet za ispunjavanje ankete je bio da ispitanici budu pripadnici generacije Z, odnosno osobe koje su rođene od otprilike 1996. godine pa na dalje.

Razlog korištenja navedene metodologije leži u brojnim prednostima koje *on-line* ankete pružaju. Neke od tih prednosti su lakše prikupljanje podataka, prikupljanje veće količine podataka, niski troškovi i ušteda na vremenu, ali i bolja kvaliteta istraživanja i jednostavno korištenje. Također takve ankete omogućavaju prikupljanje, unošenje podataka, upravljanje prikupljenim podacima i njihovu analizu sve na jednom mjestu. Još jedna prednost ovakve metodologije je i u jednostavnosti za ispitanike koji anketu mogu riješiti preko svojih mobilnih uređaja s bilo kojeg mjesta u bilo koje vrijeme, te također mogućnost da i oni svojim prijateljima prosljede link na istraživanje.

Prvi dio istraživanja je usmjeren na demografska pitanja ispitanika kako bi se utvrdilo da ispitanici jesu pripadnici generacije Z. Tu se od ispitanika tražilo da navedu spol, dob, mjesto stanovanja, ali i da prikažu malo svoje upravljanje financijama. Glavno pitanje u upitniku je dali ispitanici smatraju da je hrvatski mirovinski sustav održiv i na njega se nadovezuju ostala pitanja vezana uz financijsku pismenost i stavove o štednji sredstava, te navedeno predstava drugi dio istraživanja, odnosno samu bit provedene ankete.

Prilikom formiranja pitanja velika se važnost stavljala na jednostavnost i razumljivost s obzirom da se ispitivala široka populacija čiji stupanj financijske pismenosti nije poznat. Svrha je bila na što jednostavniji način skupiti podatke o mišljenju navedene generacije o mirovinama, mirovinskom sustavu u Republici Hrvatskoj, ali i o njihovoj financijskoj pismenosti i preferiranim oblicima štednje.

Izvor podataka predstavlja provedena, prethodno opisana anketa, a instrument za provođenje istraživanja je također prethodno opisan *on-line* anketni upitnik. Većina pitanja je postavljena u obliku otvorenog i zatvorenog tipa.

U istraživanju se također koriste metode inferencijalne statistike koja služi za pružanje statističkih postupaka koji omogućuju testiranje istraživačkih hipoteza i zaključivanje. U tu svrhu korišten je alat MS Excel za izradu tablica, te izračun kumulativa i postotaka.

4.2. Prikaz rezultata istraživanja

Online anketni upitnik ispunjen je od strane 147 sudionika istraživanja. Od toga je 72,1% sudionika ženskog roda, a 27,9% muškog roda. Najveći broj ispitanika (56,5%) su studenti od čega ih je najviše na petoj godini studija (43,7%), zatim trećoj (20,7%), pa na četvrtoj (19,5%), drugoj (10,3%) i na kraju najmanje na prvoj godini (5,7%). Sljedeći najzastupljeniji sudionici nakon studenata su zaposlene osobe (37,4%), zatim učenici (3,4%) i na kraju nezaposleni (2,7%). Prosječna dob ispitanika je 23 godine, a najviše ih je završilo gimnaziju (53,1%), zatim njih 21,1% strukovne škole, 19,7% ekonomske i na kraju 6,1% ispitanika je završilo neku drugu srednju školu.

Tablica 8 Osnovna socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)

SPOL ISPITANIKA				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Muško	41	41	27,89%	27,89%
Žensko	106	147	72,11%	100,00%
GODINA STUDIJA				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
1	5	5	5,75%	5,75%
2	9	14	10,34%	16,09%
3	18	32	20,69%	36,78%
4	17	49	19,54%	56,32%
5	38	87	43,68%	100,00%
DOB ISPITANIKA				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
16	1	1	0,68%	0,68%
17	1	2	0,68%	1,36%
18	3	5	2,04%	3,40%
19	2	7	1,36%	4,76%
20	6	13	4,08%	8,84%
21	9	22	6,12%	14,97%
22	28	50	19,05%	34,01%
23	36	86	24,49%	58,50%
24	20	106	13,61%	72,11%
25	22	128	14,97%	87,07%
26	13	141	8,84%	95,92%
27	3	144	2,04%	97,96%
28	1	145	0,68%	98,64%
34	2	147	1,36%	100,00%
ZAVRŠENA SREDNJA ŠKOLA				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Gimnazija SŠ	78	78	53,06%	53,06%
Ekonomska SŠ	29	107	19,73%	72,79%
Strukovna SŠ	31	138	21,09%	93,88%
Drugo	9	147	6,12%	100,00%

Legenda: Frekvencija – učestalost neke vrijednosti, broj koji pokazuje koliko se puta ta vrijednost pojavila u nekom skupu podataka. Kumulativna frekvencija – frekvencija dobivena postupnim redosljednim zbrajanjem čestina kojima su se pojavile pojedine subklase (razredi) ili pojedinačni rezultati pri nekom mjerenju.

Izvor: Izrada autorice

Uzorak ispitanika je uglavnom veći dio života provelo u malom mjestu (do 10 000 stanovnika), odnosno njih 54,42%, nakon toga ih je najviše provelo u urbanom mjestu od preko 500 000 stanovnika (19,05%), zatim u srednjem (od 10 000 do 50 000 stanovnika) njih 17,01%, a najmanje ih je provelo u velikom mjestu (od 50 000 do 500 000) njih 9,52%. Najveći dio ispitanika se financira samostalno (70,07%), dok ih se čak 29,25% i dalje financira od strane roditelja. Više od polovice ispitanika (57,82%) mjesečno raspolaže s više od 500 eura, njih 14,29% raspolaže sa 300-400 eura, nakon toga najviše ih raspolaže sa 100-200 eura (9,52%), 200-300 eura na raspolaganju ima 8,84% ispitanika, a najmanje ih raspolaže sa samo 100 eura (4,76%).

Tablica 9 Ostala socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)

ZANIMANJE				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Student	83	83	56,46%	56,46%
Učenik	5	88	3,40%	59,86%
Zaposlen	55	143	37,41%	97,28%
Nezaposlen	4	147	2,72%	100,00%
Mjesto stanovanja				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Malo	80	80	54,42%	54,42%
Srednje	25	105	17,01%	71,43%
Veliko	14	119	9,52%	80,95%
Više od 500 000 stanovnika	28	147	19,05%	100,00%
Glavni izvor zarade				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Samostalno	103	103	70,07%	70,07%
Obitelj	43	146	29,25%	99,32%
Drugo	1	147	0,68%	100,00%
Ukupna mjesečna novčana sredstva s kojima raspolažu				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Do 100 eura	7	7	4,76%	4,76%
100-200 eura	14	21	9,52%	14,29%
200-300 eura	13	34	8,84%	23,13%
300-400 eura	21	55	14,29%	37,41%
Više od 500 eura	85	140	57,82%	95,24%
Ne želim odgovoriti	7	147	4,76%	100,00%

Izvor: izrada autorice

Najveći broj ispitanika (55,78%) prosječno mjesečno troši više od 300 eura, 14,29% ispitanika troši od 100 do 200 eura, te isto toliko ispitanika troši od 200 do 300 eura, najmanje njih (9,52%) troši do 100 eura. Kada je riječ o mjesečnom odlasku u bilo koju trgovinu više od pola ispitanika (57,82%) odlazi više od 6 puta, 2 do 3 puta odlazi 18,37% ispitanika, 4 do 5 puta njih 21,09%, a jednom u trgovinu odlazi tek 2,72% ispitanika.

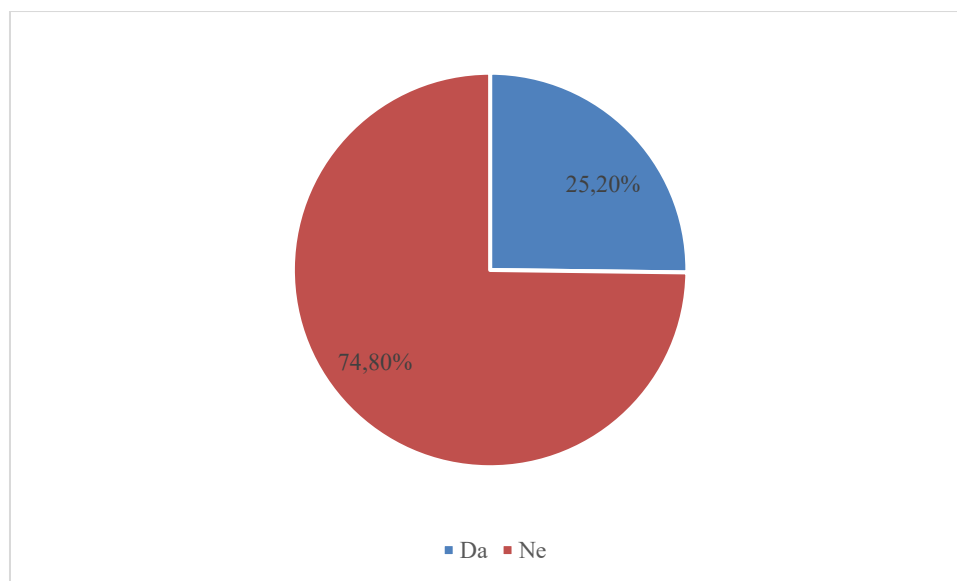
Tablica 10 Ostala socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)

Prosječna mjesečna potrošnja				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Do 100 eura	14	14	9,52%	9,52%
Od 100 do 200 eura	21	35	14,29%	23,81%
Od 200 do 300 eura	21	56	14,29%	38,10%
Više od 300 eura	82	138	55,78%	93,88%
Ne želim odgovoriti	9	147	6,12%	100,00%
Mjesečni odlazak u kupnju				
Kategorija	Frekvencija	Kumulativna frekvencija	Postotak (%)	Kumulativni postotak (%)
Jednom	4	4	2,72%	2,72%
2 do 3 puta	27	31	18,37%	21,09%
4 do 5 puta	31	62	21,09%	42,18%
Više od 6 puta	85	147	57,82%	100,00%

Izvor: Izrada autorice

Na početku ankete prvo postavljeno pitanje bilo je smatraju li ispitanici da je hrvatski mirovinski sustav održiv na što je velika većina (74,80%) odgovorila sa ne, a samo 25,20% njih misli da je održiv.

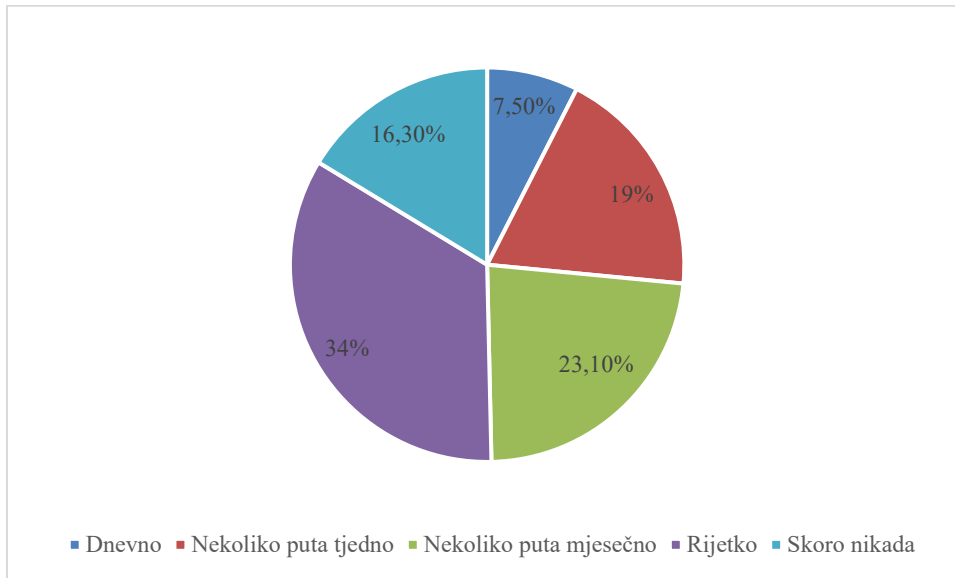
Slika 8 Smatrate li da je hrvatski mirovinski sustav održiv?



Izvor: Izrada autorice

Nakon demografskih pitanja i pitanja vezanih uz raspoloživa novčana sredstva i potrošnju, uslijedio je niz pitanja vezanih uz samu financijsku pismenost ispitanika.

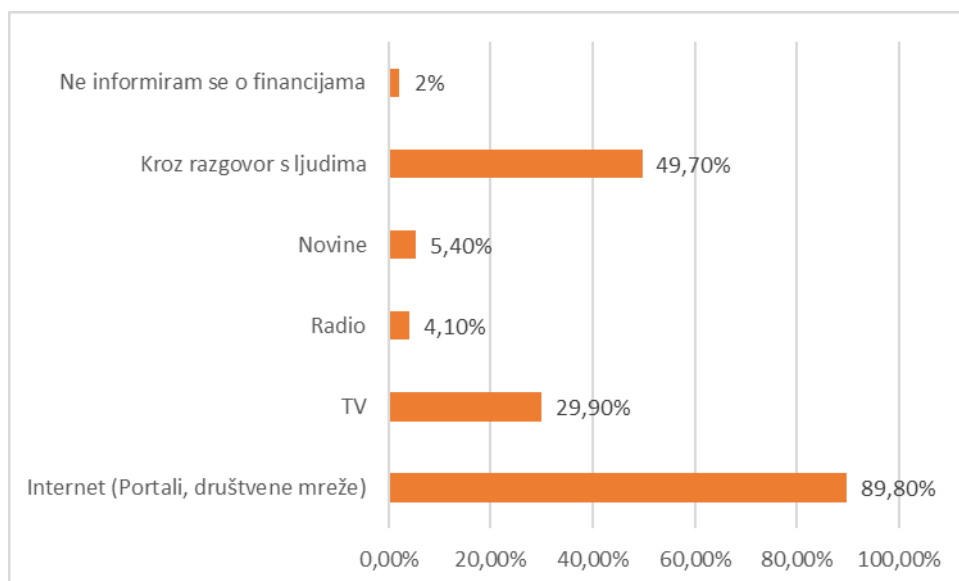
Slika 9 Koliko često čitate o informacijama vezanima uz financije?



Izvor: Izrada autorice

Na pitanje koliko se često informiraju o informacijama vezanima za financijske odgovori su skoro podjednaki za svaki odgovor. No ono što je i bilo za očekivati je da će najmanji udio ispitanika (7,50%) dnevno čitati o naslovima vezanima uz financije. Najviše njih (34%) se rijetko informira o takvim temama, a čak 16,30% skoro nikada. Navedene ne tako pohvalne rezultate smiruje udio od 23,10% ispitanika koji se nekoliko puta mjesečno informiraju. Navedeno ukazuje na već pretpostavljene činjenice kako je financijska pismenost generacije Z dosta niska.

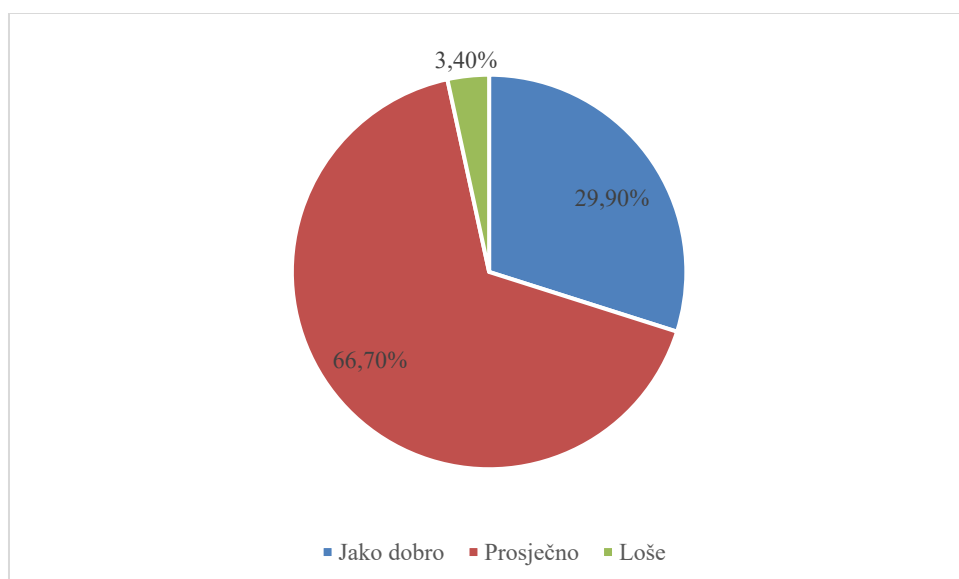
Slika 10 Iz kojih izvora najviše dobivate informacije o financijama?



Izvor: Izrada autorice

Prethodno u radu je navedeno kako je generacija Z digitalna generacija koja većinu svoga dana provede na mobitelima, a s ovim istraživanjem se te teze samo potvrđuju. Tako na pitanje iz kojih izvora ispitanici najviše dobivaju informacije vezane za financije velika većina, čak 89,80% njih navodi kako je to putem interneta, odnosno preko portala i društvenih mreža. Sljedeći najzastupljeniji odgovor je kroz razgovor s ljudima (49,70%), također je i putem TV još uvijek dosta zastupljeno (29,90%). Suprotno tome, radio i novine padaju u drugi plan gdje samo 4,10% ispitanika informacije o financijama prikuplja preko radija, a 5,40% njih putem novina.

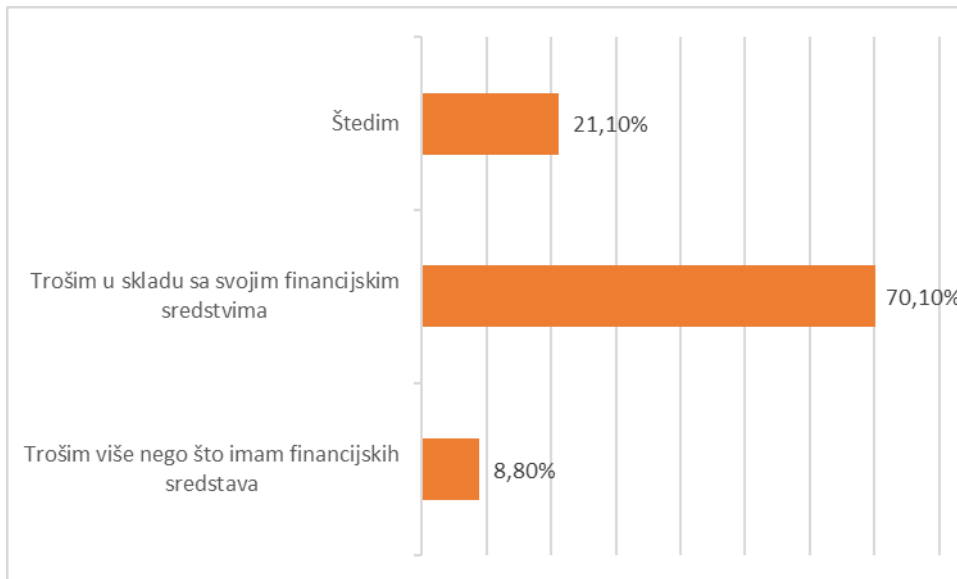
Slika 11 Koliko dobro upravljate svojim financijama?



Izvor: Izrada autorice

Iz prethodne prosječno loše informiranosti o financijama, ne čude rezultati kako samo 29,90% ispitanika smatra da jako dobro upravlja svojim financijama, dok samo 3,40% misli da upravlja loše. Najviše je onih koji navode kako su negdje u sredini, odnosno da prosječno upravljaju svojim financijama (66,70%).

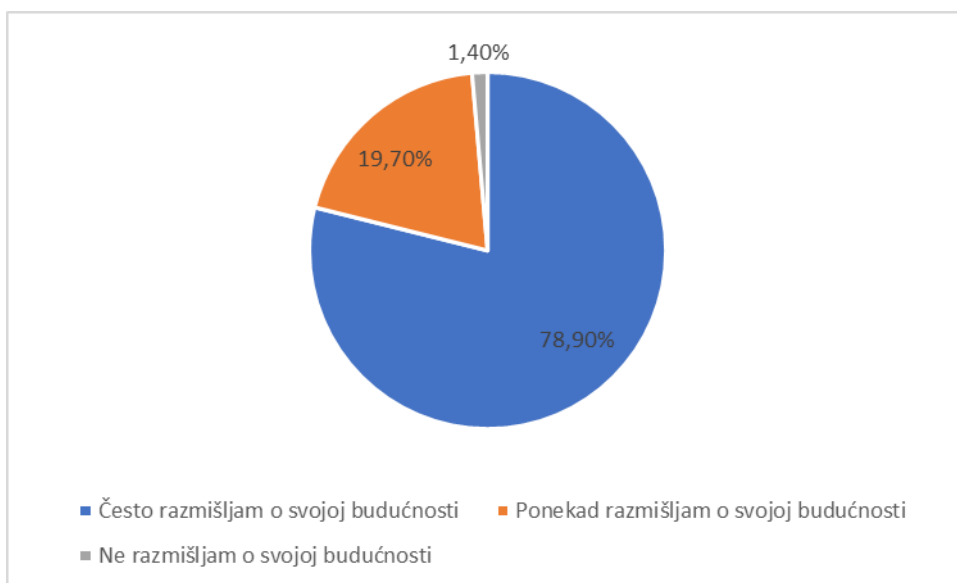
Slika 12 Koji je vaš stav prema novcu?



Izvor: Izrada autorice

Grafikon 7 prikazuje sljedeće anketno pitanje koje opravdava stav generacije Z kako na novac gledaju racionalno i kako teže ka finansijskoj sigurnosti. Na pitanje koji je njihov stav prema novcu čak 70,10% ispitanika tvrdi kako troši u skladu sa svojim finansijskim sredstvima, njih samo 8,80% troši više nego što ima finansijskih sredstava, a 21,10% štedi svoja novčana sredstva. S obzirom na zadovoljavajući udio onih koji troše koliko im to finansijska sredstva dozvoljavaju, činjenica kako samo malo više od 20% njih štedi može biti i zabrinjavajuća. Na sljedećem grafikonu 8 na pitanje razmišljaju li o svojoj budućnosti čak 78,90% ispitanika tvrdi da često razmišlja o svojoj budućnosti. S obzirom na činjenicu kako štednja podrazumijeva vrstu finansijske sigurnosti u budućnosti, kako za mirovine, tako i za iznenadne slučajeve, dolazi se do zaključka kako veliki dio generacije Z razmišlja o svojoj budućnosti, ali ne poduzima puno po pitanju štednje. Ponekad razmišlja o svojoj budućnosti njih 19,7%, a 1,4% ne razmišlja.

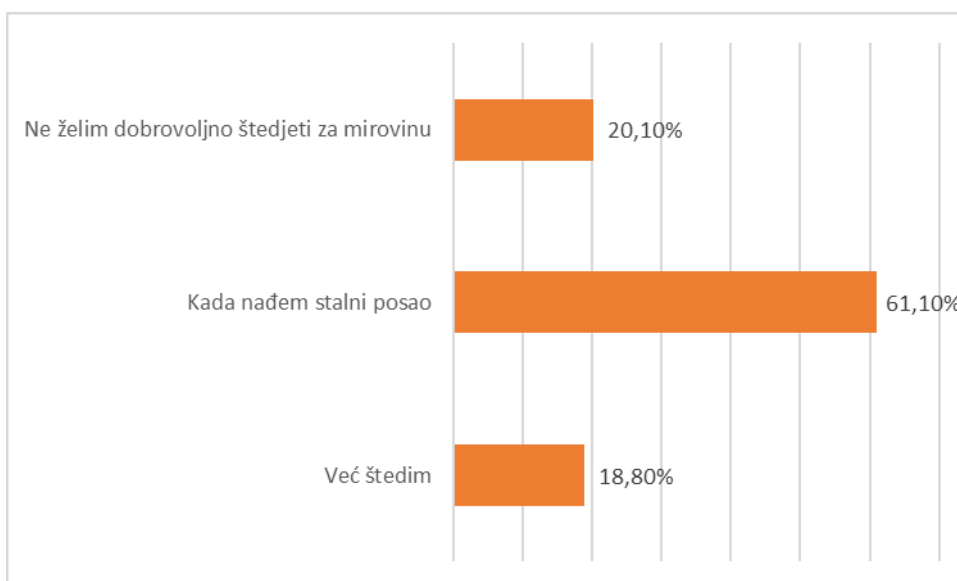
Slika 13 Razmišljate li o svojoj budućnosti?



Izvor: Izrada autorice

Nakon prvih socio-demografskih pitanja, te pitanja vezanih uz stavove o potrošnji i štednji, drugi dio istraživanja se bazirao na pitanjima vezanima o mirovinskom sustavu što predstavlja i srž ovog istraživanja. S obzirom kako velika većine generacije Z još nije stupila na mjesto rada, barem oni koji su se odlučili nastaviti školovati nakon srednje škole, ne čudi činjenica iz grafikona 9 kako 61,10% ispitanika planira početi štedjeti tek kad nađe posao. Udio onih koji već štede iznosi 18,80%, dok čak njih 20,10% nema u planu dobrovoljno štedjeti za mirovinu.

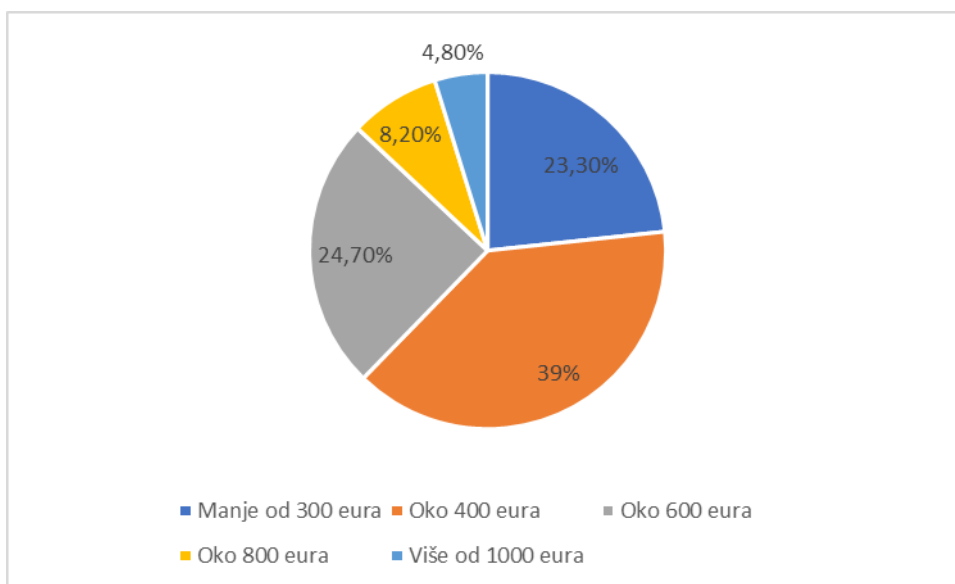
Slika 14 Kada planirate početi štedjeti za mirovinu?



Izvor: Izrada autorice

Sljedeće pitanje koje im se postavilo je vezano za prioritete za štednju gdje je ispitanicima postavljeno pitanje s mogućnošću otvorenog odgovora, odnosno da sami upišu svoje odgovore. Najveći udio ispitanika je odgovorio kako im je na prvom mjestu štednje stambena štednja (55,8%), zatim štednja za putovanja i za hitne slučajeve su izjednačene sa 46,3% ispitanika, a na četvrtom mjestu je mirovina (21,8%). Još neki od odgovora koje su ispitanici navodili su štednja za luksuzne proizvode, očekivane i neočekivane veće troškove, investicije, te za razne životne situacije. Kada su naveli za što žele štedjeti, sljedeće pitanje koje im je postavljeno je kako štede ili kako bi željeli štedjeti u budućnosti. Na prvom mjestu je bankovna štednja koju bira 61,9% ispitanika, zatim na drugom mjestu dobrovoljna mirovinska štednja (10,9%), a na trećem životno osiguranje (8,2%). Još neki od odgovora su štednja u zlatu, štednja u „čarapi“, kriptovalute, investicijski fondovi i dionice, a također ima i onih koji smatraju da ne mogu štedjeti.

Slika 15 Što mislite koliku ćete mirovinu imati ako ne štedite u dobrovoljnom stupu?

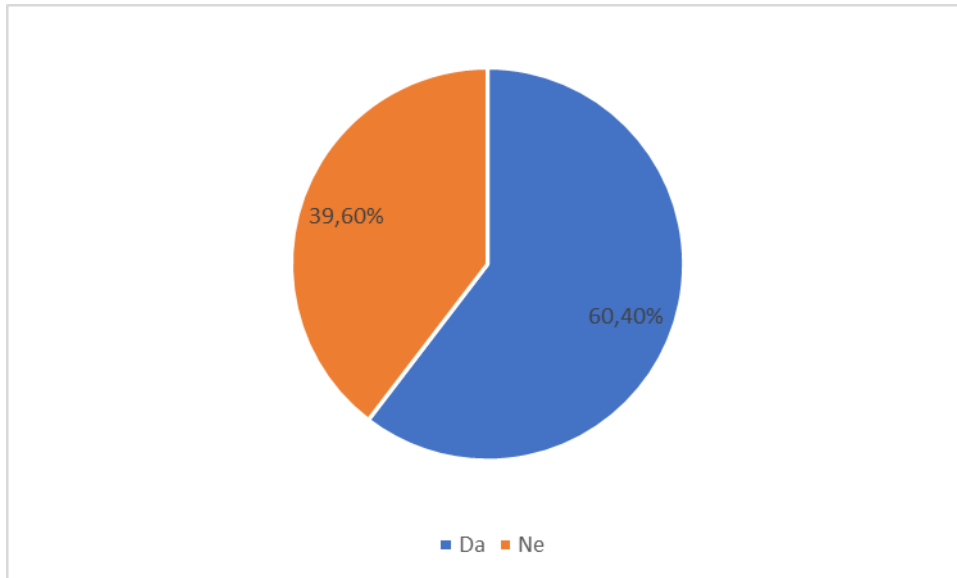


Izvor: Izrada autorice

Na pitanje koje je prikazano u grafikonu 10 što ispitanici misle koliku će mirovinu imati ako ne štede u dobrovoljnom stupu većina odgovara da smatra da će imati oko 400 eura (39%). Da će imati oko 600 eura smatra 24,7% ispitanika, a 23,3% ispitanika smatra da će imati manje od 300. Najmanje njih smatra da će imati preko 1000 eura (4,8%), dok 8,20% smatra da može imati oko 800 eura. Vidimo kako većina ispitanika smatra da bi im se mirovine mogle kretati od 300 do 600 eura ukoliko se sami ne pobrinu za svoju štednju u okviru trećeg dobrovoljnog stupa što je i vidljivo u grafikonu 11 gdje 60,4% ispitanika planira štedjeti u okviru

dobrovoljne mirovinske štednje, ali i dalje je jako visok udio onih koji to ne planiraju (39,60%).

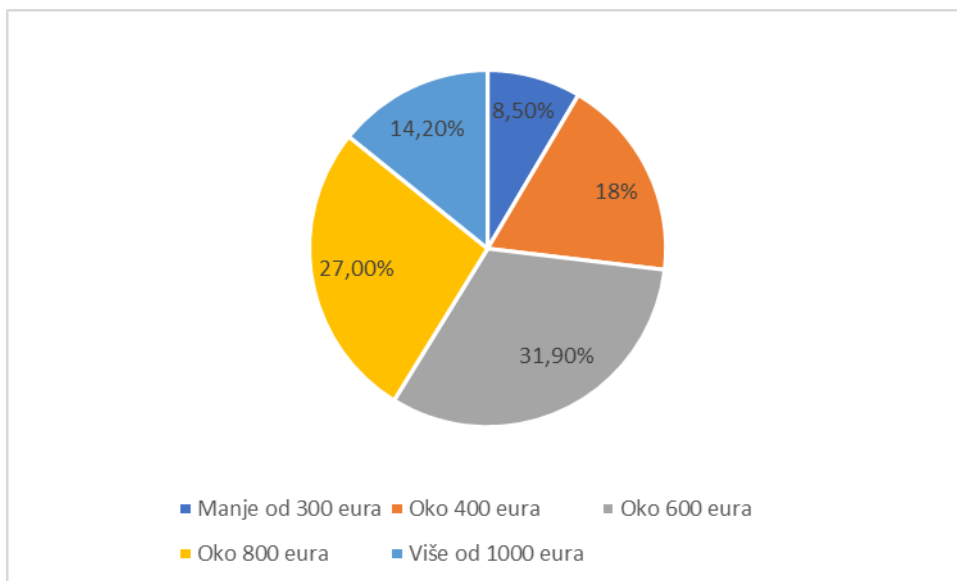
Slika 16 Planirate li štedjeti za mirovinu u okviru dobrovoljne mirovinske štednje?



Izvor: Izrada autorice

Prethodno smo naveli kako ispitanici uglavnom misle da ako ne štede u dobrovoljnom stupu da će im mirovina potencijalno biti od 300 do 600 eura, dok se u grafikonu 12 to mišljenje mijenja ukoliko bi se za mirovinu štedjelo i u okviru dobrovoljnog fonda. Sada najmanji udio ispitanika smatra kako bi im u tom slučaju mirovina bila manja od 300 eura, a najviše ljudi smatra da bi im se kretala od 600 eura (31,90%) do 800 eura (27%). Također se skoro pa poduplao udio onih koji smatraju da bi im mirovina onda iznosila preko 100 eura (14,20%).

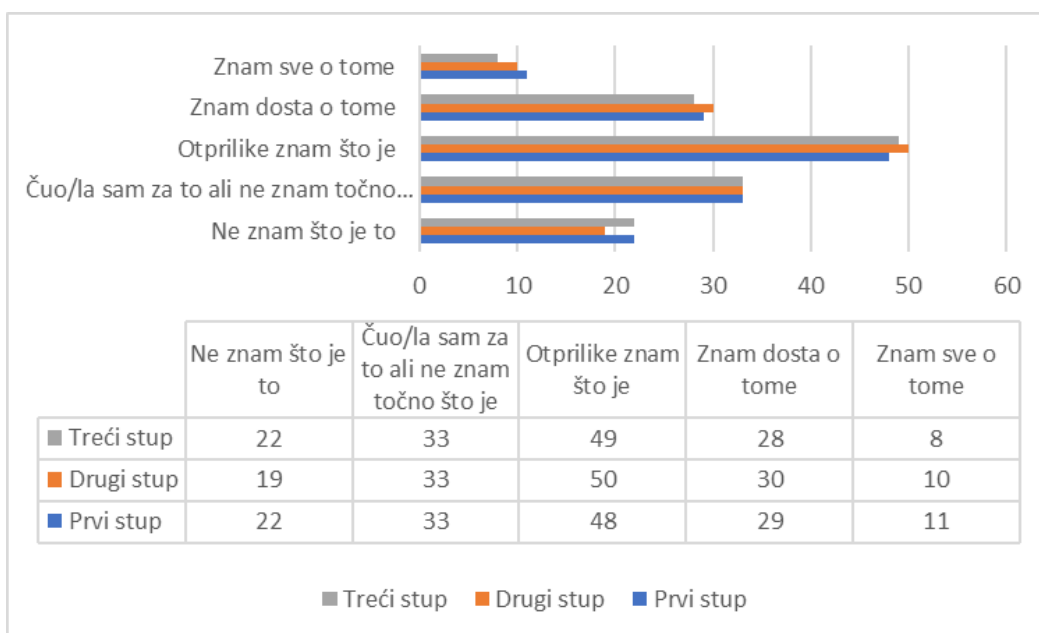
Slika 17 Koliku mirovinu očekujete da ćete imati ako bi štedjeli u trećem stupu?



Izvor: Izrada autorice

Prethodno u radu je navedeno kako je financijska pismenost jedan od temeljnih preduvjeta da bi se postigla održivost mirovinskog sustava bilo koje države pa tako i Hrvatske. Iz tog razloga vlade država trebaju promicati i provoditi razne programe kako bi upoznala građane sa svim mogućnostima koje im se nude. Posljednja dva pitanja iz ankete su namijenjena upravo da bi se donijeli zaključci koliko je generacija Z upoznata sa samim sustavom mirovinske štednje i ostalim štednim proizvodima.

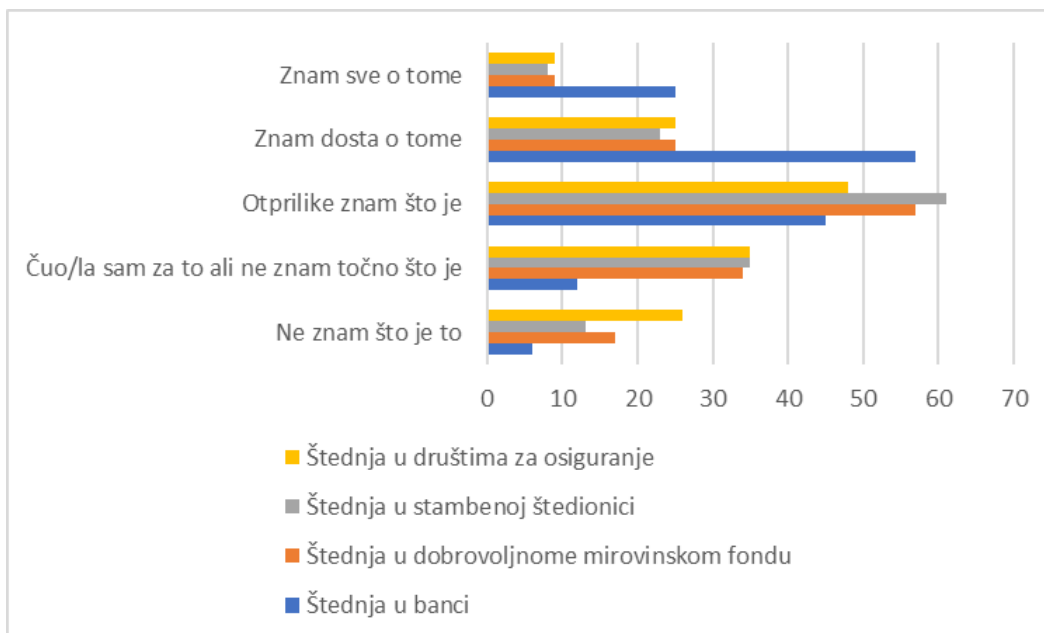
Slika 18 Koliko ste informirani oko određenog mirovinskog stupa? (N=147)



Izvor: Izrada autorice

Najčešći odgovor na pitanje o informiranosti o tome što je prvi, drugi i treći mirovinski stup je da ispitanici otprilike znaju što je to, dok je najmanje odgovora vezano uz to da znaju sve o mirovinskim stupovima ili da znaju dosta o tome. Ono što posebno zabrinjava i iznenađuje je da od 147 ispitanika njih čak preko 20 ne zna što je prvi, drugi ili treći stup. Iz tog razloga nije čudna činjenica da preko 37% ispitanika ne želi štedjeti u dobrovoljnom mirovinskom fondu jer potencijalno niti ne znaju što je to. Također 33 ispitanika od 147 su čuli što je to prvi, drugi, treći mirovinski stup, ali ne znaju točno detalje o tome, a sve je izglednije da se i teško nagovaraju da sami istraže takve podatke. Dakle najveći je udio onih koji su slabo informirani o navedenim stvarima, dok su oni koje možemo smatrati financijski pismenima u manjini.

Slika 19 Koliko ste informirani o navedenim štednim proizvodima? (N=147)



Izvor: Izrada autorice

Osim pitanja o informiranosti o mirovinskim stupovima sljedeće pitanje koje se ispitanicima postavilo je o različitim štednim proizvodima. S obzirom kako skoro 80% ispitanika često razmišlja o svojoj budućnosti logično je zaključiti kako će to podrazumijevati i određeni oblik štednje kako bi se osigurali. Međutim, kao i kod prethodnog pitanja i sada prevladavaju odgovori koji ne idu u korist povećanju financijske pismenosti među generacijom Z. Štedni proizvodi koji su im se naveli su štednja u društvima za osiguranje, štednja u stambenoj štedionici, štednja u dobrovoljnome mirovinskom fondu i za kraj štednja u banci. Ispitanicima je najpoznatija štednja u banci gdje skoro 30 njih zna sve o tome, preko 50 zna dosta o tome

kao i otprilike što je to, a manje od 10 ispitanika ne zna što je to. Također su dosta upoznati i sa štednjom u stambenoj štedionici Najnepoznatiji štedni instrument im je štednja u društvima za osiguranje gdje skoro 30 ispitanika od 147 ne zna ništa o tome, preko 30 je čulo za to, ali ne zna detalje, manje od 10 zna sve o tome, a preko 50 može otprilike reći što je to štednja u društvima za osiguranje. Što se tiče štednje u dobrovoljnome mirovinskom fondu odgovori su podijeljeni. Skoro 20 ispitanika uopće ne zna što je to, a blizu 40 ih je čulo za to, ali ne znaju točno o čemu je riječ. I dalje je najviše onih koji otprilike znaju što je to, samo njih 20ak zna dosta o tome, dok manje od 10 ljudi zna sve o štednji u dobrovoljnome mirovinskom fondu.

4.3. Rasprava o ostvarenim rezultatima istraživanja

Sukladno provedenom istraživanju utvrđeno je nekoliko bitnih zaključaka.

S obzirom da se istraživanje provodilo na generaciji Z, odnosno generaciji čiji većinski broj još uvijek studira ili pohađa srednju školu, te tek jedan dio njih radi, stav o mirovinama je dosta negativan i brojni ispitanici nisu upoznati s većinom financijskih termina. Kada bi se isto istraživanje provelo kroz par godina kada bi sa sigurnošću mogli reći da uglavnom svi pripadnici generacije Z ili rade ili su nezaposleni rezultati bi vjerojatno bili znatno drugačiji. U vrijeme kada su pripadnici generacije Z u godinama kada još uvijek ovise o roditeljima, kada rade studentski, kada se nisu još odselili od svojih domova i nisu našli stalno zaposlenje, logično je da će i njihova razmišljanja o mirovinama biti takva kakva jesu. Drugim riječima iz istraživanja se može zaključiti kako ispitanici kao pripadnici generacije Z na pameti imaju stvari koje će im se potencijalno dogoditi u skoroj budućnosti, te bi oni nakon tih postignutih određenih ciljeva mogli ozbiljnije misliti o svojoj budućnosti koja uključuje i promišljanje o svojim mirovinama. To bi značilo da će velika većina generacije Z ozbiljnije početi razmišljati o uplatama u dobrovoljni mirovinski stup kako bi si osigurali veće mirovine, ili pak odvajanje sredstava u neke druge štedne oblike, tek nakon što se zaposle. Zbog toga su vjerojatno rezultati dosta i podijeljeni između starijih pripadnika generacije koji trenutno imaju oko navršenih 27 godina, i onih koji su navršili 18 ili manje. Pa je mlađim pripadnicima stav negativan jer vide kakve njihovi roditelji ili djedovi i bake imaju mirovine i uopće se ne trude razmišljati o svojim već misle da će dijeliti istu sudbinu. Stariji pripadnici koji su već završili fakultete, imaju određen stupanj financijske pismenosti i već si uplaćuju sredstva iz kojih će si isplaćivati mirovinu, imaju drugačije mišljenje i više su informirani.

Drugi zaključak potvrđuje racionalan stav generacije Z prema novcu koji se ispitao kroz pitanja o potrošnji i preferencijama za štednju. Za razliku od drugih generacija, ova nova svima zanimljiva generacija voli imati svoj novac i ne ovisiti o roditeljima, a novcem upravljaju pažljivo i troše onoliko koliko im to mogućnost dopušta. No to ne znači da su konzervativni i da ne žive u trenutku, pa baš suprotno kako je istraživanje potvrdilo dosta novca štede za putovanja, ali također i za rješavanje stambenog pitanja.

Treći i najbitniji zaključak vezan je uz često spominjanu financijsku pismenost. Ono što je istraživanje potvrdilo je kako velika većina generacije Z ne zna za dosta štednih proizvoda, kao ni za razliku između prvog, drugog i trećeg mirovinskog stupa. Iz toga razloga i ne čudi njihov stav da ne žele štedjeti u dobrovoljnom mirovinskom stupu. Financijska pismenost je temeljni preduvjet za postizanje održivog mirovinskog sustava, ali i cijelog gospodarstva. Generacija Z je generacija koja je odrasla uz tehnologiju i društvene mreže, pa zato su im i glavni izvori informacija vezanih uz naslove za financije upravo digitalni mediji i razgovor s ljudima, a ne više TV, radio ili novine što je bilo prije. To znači da se novoj generaciji treba prilagoditi na način da će im se servirati novosti na portalima koje prate, ali također ih treba i poticati kroz razne projekte. Pri tome se veći naglasak treba staviti na one koji planiraju završiti svoje obrazovanje nakon srednje škole. Što su bolje upoznati sa određenim mogućnostima koje im različiti štedni instrumenti daju i što bolje budu razumjeli kako mirovinski sustav funkcionira to će bolje moći formirati svoje stavove i donijeti odluke kako se i na koji način žele osigurati za budućnost.

4.4. Ograničenja istraživanja i preporuka za buduća istraživanja

Prvo ograničenje istraživanja je obavezan pristup internetu s obzirom da je riječ o *on-line* anketi koja se isključivo rješava putem Internet veze. No s obzirom da živimo u digitalnom svijetu i da su ispitanici pripadnici generacije Z koji uglavnom svi imaju stalni pristup internetu ovo ograničenje se može i zanemariti.

Drugo ograničenje leži u načinu pristupa anketnom upitniku koji se rješava odabirom odgovora ili ponekim nadopunjavanjem. Često se može desiti da ispitanici nisu fokusirani i samo odabiru odgovore slučajnim odabirom jer ih navedena tema ne zanima. Tu dolazi do dosta subjektivnih i često neiskrenih odgovora. Također je i ograničenje broj ispitanika od 147 osoba na temelju kojih se donose zaključci za cijelu generaciju Z.

Treće ograničenje je činjenica da je veliki broj generacije Z još uvijek mlada populacija koja se školuje te ni sami ne znaju hoće li i kako štedjeti dok ne pronađu posao. Iz tog razloga je prva preporuka da se istraživanje ponovi kroz par godina kada generacija Z većinom bude radno aktivno stanovništvo i kada će ozbiljnije promišljati o budućnosti. Navedeno bi moglo dovesti do iskrenijih odgovora.

Sljedeća preporuka za buduća istraživanja bi bila provedba dubinskog intervjua uz anketu gdje bi se nekoliko ispitanika detaljnije propitalo o razlozima za određene stavove kako bi se mogli donijeti zaključci sa više sigurnosti.

5. ZAKLJUČAK

Mirovinski sustav Republike Hrvatske je već dugi niz godina tema medija zbog svoje neodrživosti i problema koji su ga sustigli. Poteškoće financiranja mirovina su sve veće, a da bi u skorijoj povijesti moglo doći do poboljšanja nema baš naznaka. Doprinosi osiguranika nisu niti blizu dovoljni da bi pokrili mirovinske izdatke što dovodi u problem državu koja raznim subvencijama mora pokriti tu razliku s obzirom da nisu u mogućnosti da ukinu postojeće sustave. Zajednički stav svih zemalja eurozone je ostvariti kolektivnu sigurnost i omogućiti pristojan prihod stanovništvu nakon prestanka radne aktivnosti. Temeljni razlog problema je smanjenje broja osiguranika uslijed negativnih demografskih trendova, te utjecaj sive ekonomije na gospodarstvo. Imajući sve navedeno u vidu, smatra se da bi mirovinska reforma mogla postići svoje ciljeve ovisno o gospodarskim kretanjima i kretanjima zaposlenosti. Upravo je generacija Z ona generacija o kojoj održivost mirovinskog sustava ovisi. Također vrijednost i održivost mirovinskog sustava se ne može temeljiti na samo nekoliko iznesenih parametara i zaključaka jer ono ovisi o puno više manjih čimbenika nego što je u radu navedeno.

Generacija Z je prva generacija koja je odrasla u potpuno digitalnom okruženju što ju iz tog razloga dosta razlikuje od svih prethodnih generacija. Zahvaljujući tehnologiji tu generaciju krasi karakteristike i vještine koje se mogu itekako iskoristiti u poslovnom svijetu. To je generacija koja teži stvaranju potpuno nove moderne ekonomije i koja će prisiliti sve druge generacije da se prilagode njima. Generacija Z drži svoje financije „na oku“ i pažljivo bira gdje će i kako će trošiti i/ili ulagati. Još uvijek najpopularniji način za držanje novca i štednju su depoziti kod banaka jer su ih tako naučili njihovi roditelji, a nakon toga na drugom mjestu je stambena štednja. Ulaganje u mirovinske fondove ima tek karakteristično treće mjesto pri odabiru štednih proizvoda ove moderne generacije. Važan faktor je što su pripadnici generacije Z još uvijek jako mladi ljudi koji tek stupaju na tržište rada te se s njima treba još dosta raditi kako bi se istakle sve njihove pozitivne strane.

S obzirom na dobivene rezultate istraživanja generacija Z bi uistinu mogla biti generacija koja će napraviti nekakav preokret kada je riječ o financiranju vlastitih mirovina, samo kada bi se dovoljno radilo na financijskoj pismenosti. Istraživanje je dokazalo da je financijska pismenost generacije Z i dalje na osrednjoj razini, te da se na tom području može još puno posla napraviti. Navedeno nije problem koji je prisutan samo u Republici Hrvatskoj, već i u svim drugim državama eurozone i šire koje rješenje tog problema vide u obrazovanju

stanovništva, upoznavanju sa finansijskim pojmovima, i općenito poboljšavanju finansijske pismenosti koja vodi brojnim pozitivnim učincima na gospodarstvo i ekonomiju određene zemlje. Problem zašto mirovinski sustav nije održiv leži u činjenici da malo ljudi uplaćuje dovoljno sredstava u dobrovoljni mirovinski stup iz kojeg bi se kasnije isplaćivale mirovine. A jedan od razloga zašto ne uplaćuju je upravo nepoznavanje i nerazumijevanje finansijskih pojmova što vodi strahu ulaganja u takve instrumente.

Popis literature

1. Bekić, I., Ivanković, J., Bednjanec, A. (2022.), Analiza poduzetničke orijentacije pripadnika Y i Z generacije, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/412166>
2. Dimock, M. (2019.), Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins, preuzeto 14.2.2023. s <http://tony-silva.com/eslefl/miscstudent/downloadpagearticles/defgenerations-pew.pdf>
3. Državni zavod za statistiku (2022.), Konačni rezultati popisa 2021. [podatkovni dokument], preuzeto 5.4.2023. s <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>
4. Ekonomski institut, Zagreb (2023.), Izazovi i mogućnosti za ostvarivanje primjerenih starosnih mirovina u Hrvatskoj (projektna studija), [podatkovni dokument], preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/111750>
5. Fedorenko, A. (2022.), Generation Z and money. A customer-friendly journey into online banking among Russian and European users, magistarski rad, Masaryk University, Faculty of social studies, Brno
6. Fistrić, M. (2018.), Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/326235>
7. HANFA (2021), Financijska stabilnost [podatkovni dokument], preuzeto 28.4.2023. s <https://www.hanfa.hr/media/6301/financijska-stabilnost-1.pdf>
8. Hrvatski ured za osiguranje (2012), Mirovinski sustav ne može opstati bez individualne kapitalizirane štednje, preuzeto 15.4.2023. s https://huo.hr/upload_data/editor/files/izvje-taj-o-prezentaciji-za-medije%281%29.pdf
9. Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje (2023), Aktualna statistika za veljaču 2023. [podatkovni dokument], preuzeto 6.4.2023. s <https://www.mirovinsko.hr/hr/aktualna-statistika-za-veljacu-2023-isplata-u-ozujku-2023/148>
10. Hrvatsko mirovinsko osiguravajuće društvo (b.d.), Hrvatski mirovinski sustav, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrmod.hr/hrvatski-mirovinski-sustav/>
11. Hrvatsko strukovno nazivlje (2023.), Kohorta, [podatkovni dokument], preuzeto s: <http://struna.ihjj.hr/naziv/kohorta/25268/>
12. Jedvaj, S., Štambuk, A., Rusac, S. (2014.), Demografsko starenje stanovništva i skrb za starije osobe u Hrvatskoj, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/261747>
13. Latković, M., Liker, I. (2009), Analiza utjecaja parametara u kapitaliziranom sustavu mirovinskog osiguranja, preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/file/74976>
14. Milinović, D. (1994.), Demografska struktura i mirovinski sustav, preuzeto 14.2.2023. s <http://www.rsp.hr/ojs2/index.php/rsp/article/viewFile/598/587>
15. Moja socijalna sigurnost (2023), Kapitalizirana štednja (II., i III. stup), preuzeto 15.4.2023. s <https://mss.gov.hr/kapitalizirana-stednja-ii-i-iii-stup/116>
16. Nestić, D., Tomić, I. (b.d.), Primjerenost mirovina u Hrvatskoj: što mogu očekivati budući umirovljenici?, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/123754>
17. Olejniczak, M., Stadryniak, K. (b.d.) Generation Z's (students aged 18-24 years) Approach to Money, preuzeto 14.2.2023. s <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/233/217>

18. Ozkan, M., Solmaz B. (2015.), The Changing Face of the Employees – Generation Z and their Perception of Work, preuzeto 14.2.2023. s [The Changing Face of the Employees – Generation Z and Their Perceptions of Work \(A Study Applied to University Students\) | Elsevier Enhanced Reader](#)
19. Pavković, A. (2021.), Primjerenost mirovina u Republici Hrvatskoj, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/403511>
20. Puljiz, V. (2007.), Hrvatski mirovinski sustav: korijeni, evolucija i perspektive, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/47933>
21. Rupčić, N. (2021.), Značajke post-milenijalaca ili generacije Z kao novih sudionika na tržištu rada, preuzeto 13.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/378296>
22. Salahuddin, M.,M. (2010.), Generational Differences Impact on Leadership Style and Organizational Success (Journal of Diversity Management, vol.5, no.2.), preuzeto 14.2.2023. s <https://clutejournals.com/index.php/JDM/article/view/805/789>
23. Srednoselec, T., Ružić, E., Benazić, D. (2020.), Faktori atraktivnosti i izgradnja marke poslodavca iz perspektive generacije Z, preuzeto 22.3.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/377693>
24. Šimunić Rod, V. (2020.), Nova generacija poduzetnika; generacija Z, preuzeto 13.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/347931>
25. Škembar, A. (2005.), Demografska tranzicija, promjene u strukturi tržišta rada i kriza mirovinskog sustava, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/15390>
26. Tulgan, B. (2013.), Meet Generation Z: The second generation within the giant „Millennial“ cohort, preuzeto 13.2.2023. s <http://grupespsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-Whitepaper.pdf>
27. Vuković, S. (2005.), Mirovinski sustav u Republici Hrvatskoj – temeljni pokazatelji, preuzeto 14.2.2023. s <https://hrcak.srce.hr/file/47768>
28. Wood, S., Generation Z as Consumers: Trends and Innovation, preuzeto 14.2.2023. s <https://archive.iei.ncsu.edu/wp-content/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf>
29. Zsuzsa Emese, C. (2016.), The Z Generation (Acta Educationis Generalis, vol.6, no.2, 2016, pp.63-76), preuzeto s <https://sciendo.com/article/10.1515/atd-2016-0012>

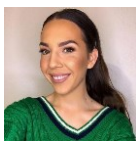
Popis slika

Slika 1 Grafički prikaz godina rođenja pripadnika generacija	3
Slika 2 Projekcije stopa demografske ovisnosti (stanovništvo 65+/15-64) u 2010. i 2050.	27
Slika 3 Udio stanovništva u dobi od 0 do 14 godina i 65 i više	28
Slika 4 Koeficijenti starenja stanovništva za zemlje OECD-A u razdoblju 1950-2050. godine	29
Slika 6 Kretanje broja osiguranika i umirovljenika 2002.-2018.	30
Slika 7 Financijska imovina sektora stanovništva u Republici Hrvatskoj, 2011. godina	32
Slika 8 Prijedlog strateškog okvira poticanja mirovinskih proizvoda.....	35
Slika 9 Smatrate li da je hrvatski mirovinski sustav održiv?	42
Slika 10 Koliko često čitate o informacijama vezanima uz financije?	43
Slika 11 Iz kojih izvora najviše dobivate informacije o financijama?	44
Slika 12 Koliko dobro upravljate svojim financijama?.....	44
Slika 13 Koji je vaš stav prema novcu?	45
Slika 14 Razmišljate li o svojoj budućnosti?	46
Slika 15 Kada planirate početi štedjeti za mirovinu?	46
Slika 16 Što mislite koliku ćete mirovinu imati ako ne štedite u dobrovoljnom stupu?.....	47
Slika 17 Planirate li štedjeti za mirovinu u okviru dobrovoljne mirovinske štednje?.....	48
Slika 18 Koliku mirovinu očekujete da ćete imati ako bi štedjeli u trećem stupu?	49
Slika 19 Koliko ste informirani oko određenog mirovinskog stupa? (N=147).....	49
Slika 20 Koliko ste informirani o navedenim štednim proizvodima? (N=147).....	50

Popis tablica

Tablica 1 Osnovne karakteristike različitih generacija	7
Tablica 2 Godine početka korištenja mobitela među različitim generacijama	11
Tablica 3 Vrijeme koje određene generacije provedu na internetu.....	12
Tablica 4 Tko potiče Generaciju Z na ulaganje	15
Tablica 5 Zbog čega Generacija Z najviše ulaže.....	16
Tablica 6 U što Generacija Z najviše želi ulagati.....	16
Tablica 7 Demografske promjene radne snage 2000. i 2020. godine	19
Tablica 8 Osnovna socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)	39
Tablica 9 Ostala socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)	41
Tablica 10 Ostala socio-demografska obilježja uzorka ispitanika (N=147)	42

Životopis studenta



IVANA ŠIMUNAC

📍 LIŠANE OSTROVIČKE, HRVATSKA 📞 0996519432

◦ DETALJI ◦

Lišane Ostrovičke
Hrvatska
0996519432

ivanaa.simunac@gmail.com

◦ POVEZNICE ◦

[LinkedIn profil](#)

◦ VJEŠTINE ◦

Vještine komunikacije

Microsoft Excel

Sposobnost multitaskinga

Sposobnost rada u timu

Vještine rada na računalima

Brzo učenje



SAŽETAK

Bez obzira na slabo radno iskustvo, spremna sam brzo učiti i davati svoj maksimum kako bi pridonijela zajednici. Brzo se prilagođavam okruženju i dobro reagiram u stresnim situacijama.



RADNO ISKUSTVO

Asistent u računovodstvu at Jadran tuna d.o.o., Biograd na Moru

June 2021 — July 2021



OBRAZOVANJE

Osnovna škola Ivan Goran Kovačić, Lišane Ostrovičke

2007 — 2014

Gimnazija, Srednja škola kneza Branimira, Benkovac

2014 — 2018



Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb

2018 — Present



TEČAJ

Osnove digitalnog marketinga, Google digitalna garaža

CERTIFIKATI



Sudjelovanje na projektu osobne financije, Ekonomska klinika

2018

Sudjelovanje na financijskoj akademiji, Hrvatska akademska zajednica

2021

PROJEKTI

INVESTO konferencija 2021

Svojim radnom sam doprinijela boljoj organizaciji projekta i samom vođenju programa.

Mutual Insurance Conference

2022

Istraživanje na temu kako milenijalci doživljavaju uzajamne i zadružne osiguratelje, te prezentiranje rezultata istraživanja na LUISS University u Rimu.