

სადაზღვევო კომპანიების მართვის სტილის გავლენა მომხმარებელთა  
ქცევაზე

რუსუდან ტალიაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,  
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების  
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

*მენეჯმენტი*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სახელი და გვარი, აკადემიური ხარისხი  
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2023

”როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

რუსუდან ტალიაშვილი, რ. ტალიაშვილი 20.01.2023

## აბსტრაქტი

სადაზღვევო ბაზრის ინსტიტუციური გარემოს ფორმირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ასპექტია მოსახლეობის სადაზღვევო ქცევა, რომლის დროსაც ადამიანი ცდილობს შეამციროს ფინანსური რისკები მზღვეველზე გადაცემით. ცდილობს დაიცვას თავი უბედური შემთხვევებისგან, დანაშაულის შედეგებისა და სხვა მოვლენებისგან, რამაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს ქონებას, სიცოცხლეს და ჯანმრთელობას, ყიდულობს სადაზღვევო პროდუქტებს, რომლებიც გარანტიას მისცემენ ფულად კომპენსაციას სადაზღვევო შემთხვევის არსებობის დროს (Alikperova, Proskura, 2019, 82-83). საქართველოს ბაზარზე ამ დრომდე არსებული მდგომარეობა მიუთითებს მოქალაქეების დაბალ აქტივობაზე სადაზღვევო მომსახურებით სარგებლობაში. მომხმარებელთა ქცევა გარემო ფაქტორების გავლენის შედეგად მუდმივად იცვლება და შესაბამისად ორგანიზაციებიც ცვლიან შეთავაზებულ მომსახურებას თუ პროდუქტს ცვლილებების შესაბამისად, რათა დარჩეს კონკურენტუნარიანი და მომგებიანი (Saldanha, Staehle, 2021). სადაზღვევო ინდუსტრიამ საქართველოში მრავალი ცვლილება განიცადა ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში და სულ უფრო დივერსიფიცირებული გახდა. ფინანსური ინდუსტრიის ოპერატორები იბრძვიან კლიენტებისთვის და შესაბამისად, მათი მოზიდვა გადამწყვეტი ხდება. აქედან გამომდინარე საკვლევი კითხვაა: როგორ შეუძლიათ სადაზღვევო კომპანიებმა გააძლიერონ თავიანთი უნარი, დააკმაყოფილონ კლიენტების მოთხოვნები მუდმივი ცვლილებების და მზარდ კონკურენტულ გარემოში? კვლევას აქვს სამი ქვემიზანი, რომლებიც ერთად ქმნიან ამ კვლევის მთავარ მიზანს: გარემო ფაქტორების გავლენა მომხმარებელთა ქცევაზე; მათი უპირატესობების უკეთ გააზრება სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოწოდებული სერვისების შესახებ; სადაზღვევო კომპანიებისთვის სასარგებლო და კონკრეტული წინადადებების მიწოდება მომხმარებელთა ცვალებადი ქცევების გათვალისწინებით.

კვლევის მონაცემები აჩვენებს, რომ ფასი გადამწყვეტი ფაქტორია დაზღვევის არჩევისას. მომხმარებელთა ქცევა ეყრდნობა ცხოვრებისეულ გარემოებებს, როგორცაა ასაკი და შემოსავალი. ზოგიერთმა რესპონდენტმა გამოიჩინა სკეპტიციზმი და უნდობლობა სადაზღვევო კომპანიების მიმართ, მათ სურთ მეტი და გამჭვირვალე ინფორმაცია სხვადასხვა დაზღვევის პირობების

შესახებ. და ბოლოს, მომხმარებელს სურს მოქნილობა და ხელმისაწვდომობა სადაზღვევო კომპანიების მიერ შემოთავაზებულ სერვისებში. დასკვნები იძლევა შესაძლებლობას აღინიშნოს, რომ კომპანიები კონკურენციის შენარჩუნებას შეძლებენ: მომხმარებელზე ორიენტირებული ინდივიდუალურად მორგებული სერვისების მიწოდებით, მომხმარებლის სპეციფიკური საჭიროებების შესაბამისად; მთლიანობის გაღრმავებით, ნდობაზე დაფუძნებული ურთიერთობების დამყარებით; უფრო ზუსტი ინფორმაციის შეთავაზებით და კომპანიის კულტურაში მომხმარებელზე ორიენტირებული აზროვნების დანერგვით.

## აბსტრაქტი ინგლისურ ენაზე

One of the most crucial aspects of the Insurance Market is insurance behavior of the population, during which people try to reduce the financial risks by transferring them to the insurer.

Trying to protect oneself from accidents, consequences of crime and other events that can cause the damage to property, life and health; buys insurance products that guarantee monetary compensation in the event of an insured event (Alikperova, Proskura, 2019.82-83).

The current situation in the market of Georgia indicates the low activity of citizens in using Insurance Services. Generally, behavior of consumers are constantly changing as a result of the influence of environmental factors, and therefore organizations change the offered service or the product in accordance with the changes in order to remain competitive and profitable (Saldanha, Staehle, 2021).

The Insurance Industry has undergone many changes over the past two decades and has become more and more diversified in Georgia. The operators of the financial industry are fighting for customers, and therefore their attractions becomes crucial. Therefore the research question sounds so: "How can insurance companies enhance their ability to meet customer demands in a constantly changing and increasingly competitive environment?" The research has three sub-goals, which all together from the main goal of this study: the influence of environmental factors on consumer behavior; the better understanding of their benefits regarding services provided by insurance companies; Providing beneficial and specific suggestions to insurance companies, taking into account the changing behavior of consumers. The research data shows that price is a decisive factor for choosing insurance. Consumer behavior is based on life circumstances such as the age and the income.

Some respondents showed skepticism and mistrust toward the Insurance Companies, they need transparent information about different insurance conditions. Eventually, consumers would like flexibility and availability in the services offered by the Insurance Companies. The findings provide an opportunity to note that companies will be able to maintain the competition. : By providing customer; By deepening integrity,

establishing the relationships based on the trust; By offering more accurate information and instilling a customer-centric mindset in the company culture.