

მარკეტინგული აქტივობების განსაზღვრა, მომხმარებელთა  
მოსაზიდად, საქართველოს სადაზღვევო კომპანიების მაგალითით

ლანა გაჩეჩილაძე

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

ბიზნესის ადმინისტრირება, მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თეა რიჟამაძე, ასისტენტ პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი თბილისი,

2024 წელი

## განაცხადი

“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.

ლანა გაჩეჩილაძე,

16.06.2024 .“

## აბსტრაქტი

თანამედროვე სამყაროში, ბიზნესისა თუ ნებისმიერი ადამიანის ყოველდღიურობაში უფრო და უფრო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს დაზღვევა. დაზღვევის მნიშვნელობის გააზრება უდიდესი პასუხისმგებლობაა საზოგადოებისათვის.

მიუხედავად იმისა, რომ სადაზღვევო საქმე საქართველოში ნელა ვითარდება, ის მზარდი პროცესია და თანდათან უფრო მეტ დაინტერესებას იწვევს. დაზღვევა არის ფინანსური ინსტრუმენტი, როცა ფიზიკური თუ იურიდიული პირი დაცულია მოსალოდნელი საფრთხეებისა და რისკებისაგან. ეს არის შეთანხმება, რომლის თანახმადაც, გარკვეული, წინასწარ გადახდილი პრემიის სანაცვლოდ დაცულობის გარანტია აქვს დაზღვეულს, ეს იქნება რომელიმე ორგანიზაცია თუ კონკრეტული პირი. დაზღვევა საშუალებას იძლევა შეამციროს რისკები, დაიცვას და აამაღლოს ცხოვრების სტანდარტი, შეუწყოს ბიზნეს ხელი იფუნქციონიროს შეუფერხებლად და ეფექტურად.

დაზღვევის პირობებში ყველაზე მნიშვნელოვანია მომხმარებლის მოზიდვა. მათი მოზიდვა კი სხვადასხვა მარკეტინგული სტრატეგიებით ხდება. მარკეტინგი არის პროცესი, რომელიც გაცვლის საშუალებით, მიმართულია ადამიანის საჭიროებებისა და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისაკენ. მარკეტინგი არის საქმიანობა, რომელიც გამიზნულია პროდუქტის ან მომსახურების ყიდვა-გაყიდვის ხელშესაწყობად. მისი მთავარი ნიშაა რეკლამირება, გაყიდვა და პროდუქტის მიწოდება ფიზიკური თუ იურიდიული პირებისათვის.

სამაგისტრო ნაშრომში “მარკეტინგული აქტივობების განსაზღვრა, მომხმარებელთა მოსაზიდად, საქართველოს სადაზღვევო კომპანიების მაგალითით“ გამოყენებული თვისებრივი კვლევის მეთოდი. კერძოდ, სიღრმისეული ინტერვიუს ტიპი. კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა ბაზარზე არსებული სადაზღვევო კომპანიები, სადაზღვევო კომპანიების მარკეტინგის ჯგუფის წარმომადგენლები. კერძოდ, სადაზღვევო კომპანია “ევროინს ჯორჯია”, სადაზღვევო კომპანია “ალფა” და სადაზღვევო კომპანია “ჯი პი აი ჰოლდინგი”. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ქართულ სადაზღვევო კომპანიებში

მომხმარებელთა მოზიდვის პროცესზე უდიდეს გავლენას ახდენს მარკეტინგული სტრატეგიები. ზოგადად, კომპანიის ფუნქციონირებისათვის ეს არის უპირველესი, რადგან მომხმარებლის გარეშე სადაზღვევო კომპანიების არსებობა შეუძლებელია. განისაზღვრა მარკეტინგული სტრატეგიები, რომლის გარეშეც შეუძლებელია სადაზღვევო სექტორში ოპერირება. ესენია: რეკლამა სოციალურ ქსელებში, ტელევიზიებში, რადიოებში, ბილბორდებზე და სხვა. ასევე, ინოვაციური მეთოდები, ინდივიდუალური მიდგომები, თითოეულ სეგმენტზე მორგებული აქტივობები და ა.შ.

გამოიკვეთა კონკურენტების მიერ გამოყენებული კონკრეტული მარკეტინგული აქტივობები, რომლებიც მათ განასხვავებს ერთმანეთისგან და ხდის ინდივიდუალურს და ორიგინალურს. საბოლოოდ, შეიძლება ითქვას, რომ ქართული სადაზღვევო სექტორის მუშაობა მომხმარებლების მოსაზიდად ფუჭი იქნება სწორად გათვლილი მარკეტინგული საშუალებების გარეშე. არასწორმა ნაბიჯებმა შესაძლოა ეჭვქვეშ დააყენოს კომპანიების არსებობა.

## Abstract

In the modern world, insurance plays an increasingly important role in the daily life of both businesses and individuals. Understanding the importance of insurance is crucial. Although the insurance industry in Georgia is developing slowly, it is gradually attracting more interest. Insurance serves as a financial instrument that protects natural or legal persons from expected threats and risks. It is an agreement wherein, in exchange for a pre-paid premium, the insured receives a guarantee of protection, whether it be for an organization or an individual. Insurance reduces risks, safeguards and enhances the standard of living and helps businesses function smoothly and efficiently.

Attracting customers is paramount in the insurance industry. Various marketing strategies are employed to draw them in. Marketing is a process aimed at satisfying human needs and wants through exchange. It involves activities that facilitate the buying and selling of products or services, with its main components being advertising, selling and product delivery to both individuals and legal entities.

The qualitative research method used in the master's thesis "Determining marketing activities to attract customers using the example of Georgian insurance companies" involved in-depth interviews. Representatives from the marketing groups of several insurance companies in the market, including "Euroins Georgia," "Alpha" and "GPI Holding," were interviewed. The research concluded that marketing strategies have the greatest influence on attracting customers to Georgian insurance companies. Marketing is essential for the functioning of these companies because, without customers, their existence is impossible.

Several key marketing strategies necessary for operation in the insurance sector, such as advertising on social networks, television, radio and billboards were identified. Additionally, innovative methods, individualized approaches and segment-specific activities are crucial. Specific marketing activities used by competitors that differentiate them and make them unique were also identified.

Ultimately, it can be concluded that the efforts of the Georgian insurance sector to attract customers would be futile without properly calculated marketing tools. Incorrect strategies could jeopardize the existence of these companies.

## მადლობა

მადლობას ვუხდით სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, ასისტენტ პროფესორ თეა რიჟამაძეს, რომელმაც გამიწია დიდი დახმარება კვლევითი პროცესის ფორმულირებაში, დიზაინსა და მართვაში. მადლობას ვუხდით შერჩეულ სადაზღვევო კომპანიების თანამშრომლებს, რომლებიც დამთანხმდნენ და კვლევაში მიიღეს მონაწილეობა.