

სამაგისტრო პროექტი: კერძო სადაზღვევო სისტემის დანერგვა და განვითარება საქართველოში, არსებული რეალობა და განვითარების პერსპექტივები.

სტუდენტი: ირაკლი თოდუა

*სამაგისტრო პროექტის
ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: ნიკოლოზ ფრუიძე
მედიცინის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

ანოტაცია

დღეს კომპანიები ცდილობენ სხვადასხვა ხერხებითა და მეთოდებით დაიმკვიდრონ საკუთარი ადგილი ქართულ ბიზნეს სექტორში. სწორედ ამიტომ ისინი ხშირად გვევლინებიან ახალი პროდუქტებისა თუ მომსახურებების შექმნის ინიციატორებად. ხშირ შემთხვევაში კომპანიები ჯერ აწარმოებენ ამა თუ იმ ახალ პროდუქტს, მომსახურებას და მხოლოდ შემდგომ აღმოაჩენენ, რომ მათ მიერ შეთავაზებული პროდუქტის, მომსახურების გაყიდვა არცთუ ისე ადვილი ყოფილა. შემდეგ კი ჩნდება კითხვები: რატომ არ იყიდება პროდუქტი? რა არის ამის მიზეზი? და ბოლოს ფიქრობენ, რომ მათ უბრალოდ არ გაუმართლათ.

პასუხი მარტივია - ბიზნესების უმრავლესობას არ ესმის ბაზრის ხმა, რაც გულისხმობს, რომ ისინი სთავაზობენ ისეთ პროდუქტს ან მომსახურებას, რომელიც არ პასუხობს ბაზრის საჭიროებებსა და მოთხოვნებს. სწორედ ამიტომ პროდუქციის ან სერვისის შექმნამდე და შეთავაზებამდე, თითოეულმა კომპანიამ კარგად უნდა გაარკვიოს, რა უნდა მომხმარებელს, რა ფასად იყიდის ამ პროდუქტს და რატომ იყიდის სწორედ ამ პროდუქტს და არა სხვას.

იმისათვის, რომ მენეჯერმა მიიღოს მართებული გადაწყვეტილება ნებისმიერ საკითხთან დაკავშირებით, იგი აუცილებლად უნდა ფლობდეს ყველა სახის საჭირო ინფორმაციას. საჭირო ინფორმაციის ფლობა ხშირ შემთხვევაში დიდ პრობლემას წარმოადგენს, მენეჯერები მიმართავენ სხვადასხვა მექანიზმებსა და წყაროებს. ინფორმაციის მოძიების ერთ-ერთ გავრცელებულ და ყველაზე აქტუალურ წყაროს წამოადგენს მარკეტინგული კვლევა, რომლის მიზანია უზრუნველყოს მენეჯერი გადაწყვეტილების მიღებისათვის საჭირო ინფორმაციით.

აღნიშნული საკითხის შესწავლას დავუთმეთ ჩვენი სამაგისტრო ნაშრომი, კერძოდ განსახილველად მოყვანილია კერძო სადაზღვეო სისტემა და მისი სრულყოფის გზები. ამ უკანასკნელს კი სამაგისტრო თემის ფარგლებში განვიხილავთ და გადმოგცემთ.

Annotation

Today, companies are trying a variety of means and methods to take their place in the Georgian business sector, which is why they often become the new products and services you initiators. In many cases, the way that companies still produce some new product / service, and only later find out that they are offered by the product / service to sell is not easy at all. They then often raises the question: Why is not a product for sale? What is the reason? Finally even think that you just are not lucky.

The answer is simple - the majority of businesses do not understand the voice of the market, which means that they offer a product or service that does not meet customer and market needs and requirements. That is why the creation of the product or service and to offer each company well to determine what customers need, what price will buy this product and why they will buy these products and not others.

In order to make the right decision the manager about the issue, he would have to possess all of the necessary information. Possession of the necessary information is often a big problem, managers addressing the various mechanisms and sources. One of the most important sources of information on and marketing of a larger study, which aims to provide managers with the information needed for decision-making.

The study spent most of my graduate work, particular consideration is given to private insurance system and improving its roads. The latter is a topic within consider and express.