

# სადაზღვევო მომსახურება – ახალი პროდუქტის შექმნა

სადაზღვევო კომპანიებში სადაზღვევო პროდუქტის შექმნა და დამუშავება დიდ რისკებთანაა დაკავშირებული. სადაზღვევო კომპანიები ხშირად მიმართავენ დანერგვას, აპრობირებული პროდუქტის მოდერნიზებას.

ახალი პროდუქტის შექმნა და ბაზარზე დამკვიდრება მოიცავს - იდეის ფორმირებას და შერჩევას, რომელიც გულისხმობს არსებული იდეების მოკვლევას და მათგან საუკეთესოს არჩევას. ახალი პროდუქტის შექმნისას მნიშვნელოვანია იმის გარკვევა, თუ რისთვის იქმნება იგი, ანუ რა არის სადაზღვევო კომპანიის მიზანი. ოპტიმალური ვარიანტის შემუშავება და შემოწმება გვაძლევს მხოლოდ ზოგად წარმოდგენას იმ პროდუქტზე, რომელიც მზღვეველმა შეიძლება დამზღვევს შესთავაზოს. ამასთან, განისაზღვრება სადაზღვევო პროდუქტის გარანტიები, სადაზღვევო თანხები, ხელშეკრულების განსაკუთრებული პირობები, სადაზღვევო პრემიები და ა.შ.

მარკეტინგის სტრატეგიის დამუშავება, ითვალისწინებს მიზნობრივ ბაზარზე მოცემული პროდუქტის პოზიციის განსაზღვრასა და რეა-

ლიზაციის მოცულობის დადგენას, ფასების სწორად განსაზღვრას, პერსპექტიული მიზნების განსაზღვრასა და მათი მიღწევისთვის საჭირო ღონისძიებათა დამუშავებას, ძირითად მაჩვენებელთა საბოლოო შეფასებას.

სადაზღვევო ბაზარზე სისტემატურად შედის სხვადასხვა სახის დასახელების სადაზღვევო პროდუქტი, სადაც მათი ყოფნის ხანგრძლივობა მკვეთრად განსხვავებულია ერთმანეთისგან. მზღვეველისთვის მნიშვნელოვანია გაზარდოს სადაზღვევო საქონლის ბაზარზე ყოფნის ხანგრძლივობა ანუ ე.წ. „სასიცოცხლო ციკლი“. სადაზღვევო ციკლის ფენომენი ურთულესი პრობლემაა დაზღვევის თეორიაში.

მიღებულია ერთი სადაზღვევო კომპანიის პორტფელში სხვადასხვა ქვეყნის რისკების გაერთიანება, რომლებიც ციკლის სხვადასხვა სტადიაში იმყოფებიან. ფინანსური ბიზნესის განვითარება, ქვეყანაში საერთო პოლიტიკური და ეკონომიკური სიტუაციის სტაბილიზაცია, განაპირობებს სადაზღვევო მომსახურების სუბექტრის გაფართოების აუცილებლობას. გაზრდილია დაინტერესება

დაზღვევის ისეთი პროდუქტებით, როგორცაა: ქონების დაზღვევა, სამედიცინო დაზღვევა, სახმელეთო სატრანსპორტო საშუალებათა დაზღვევა და სამოქალაქო პასუხისმგებლობის დაზღვევა. მათი ხვედრითი წილი მთელ სადაზღვევო ბაზარზე 85-90%-ს შედგენს.

სადაზღვევო პროდუქტის საიმედოობის მაღალ დონეს განაპირობებს ეფექტურად განხორციელებული გადაზღვევის პოლიტიკა, რაც საშუალებას იძლევა ოპერატიულად იქნას დაფარული ზარალი.

გადაზღვევის მაჩვენებელი განსაზღვრავს მოზიდული ჯამური პრემიის რისკს. ცხადია, გადაზღვევის შემთხვევაში კომპანიისთვის მოგების მარჯა მცირდება, თუმცა ამავე დროს რისკიც შემცირებულია. ასე რომ, გადაზღვევის პროცენტული მაჩვენებელი აჩვენებს სადაზღვევო კომპანიის პოლიტიკას – მოზიდული ჯამური პრემიით თვითონ იღებს რისკებს და შესაბამისად მოგების მაღალ მარჯაზე მუშაობს თუ ამ რისკებს გადაზღვევით ამცირებს და შესაბამისად, უმცირდება მოგების მარჯა.

მზღვეველის ფინანსური მდგომარეობის, მისი საიმედოობის მნიშვნე-



**დაზღვევა**

ლოვანი მაჩვენებელია გადახდისუნარიანობა სადაზღვევო კომპანიების გადახდისუნარიანობის პრობლემა აქტუალური და საერთაშორისო ხასიათისაა. განსაკუთრებით. იმ ქვეყნებში, სადაც ყალიბდება სადაზღვევო ურთიერთობები და სადაზღვევო საქმიანობის ფინანსური რეგულირების საკანონმდებლობაზა, გადახდისუნარიანობა გულისხმობს სადაზღვევო კომპანიის შესაძლებლობებს შეასრულოს ყველა თავისი ვალდებულება სადაზღვევო გადახდების მიხედვით დამზღვევების მიმართ. პრაქტიკული თვალსაზრისით, გადახდისუნარიანობის ცნება დაკავშირებულია კომპანიის გადახდისუნარიანად აღიარებასთან. მზღვეველი ითვლება გადახდისუნაროდ, როცა მისი აქტივები არაადექვატური ან/და მიუწვდომელია განუსაზღვრელი პერიოდით, რათა განხორციელდეს გადახდები მომხდარი სადაზღვევო შემთხვევის მიხედვით.

რადგანაც, სადაზღვევო შემთხვევები დროში არათანაბრადაა განაწილებული შესაძლებელია დაფიქსირდეს შეუსაბამოა ფაქტიურ ზარალიანობასა და გათვლის ტარიფებში ჩადებულ ზარალიანობას შორის. ამავ დროს მზღვეველის აქტივები უნდა მოიცავდეს ნებისმიერი ვალდებულებებისგან თავისუფალ სახსრებს, რაც საკვებით საკმარისია ვალდებულებების შესასრულებლად სარჩელების აღძვრისას სადაზღვევო რეზერვების სახსრების უკმარისობის შემთხვევაში. საკუთარი სახსრების ეს ნაწილი ცნობილია გადახდისუნარიანობის მარჟის სახელწოდებით და განისაზღვრება როგორც მზღვეველის აქტივების ნაწილი, რომელიც არ უკავშირდება რაიმე მიმოხილვით ვალდებულებებს. საქართველოს კანონის „დაზღვევის“ თანახმად მზღვეველი თავისი გადახდისუნარიანობის უზრუნვესაყოფად ვალდებულია დაიცვას ამ კანონით განსაზღვრული ეკონომიკური ნორმატივები და ლიმიტები, რომელთა თანაფარდობის მეთოდისა და ნორმატიულ მოცულობას ადგენს ეროვნული ბანკი. მზღვეველმა რეზერვების დასაფარავად დასაშვები აქტივები უნდა შეარჩიოს დივერსიფიკაციის, დაბრუნებადობის, სარგებლიანობის და ლიკვიდურობის



პირობებით.(ამოქმედდა 2009 წლის 1 დეკემბრიდან).

სადაზღვევო ოპერაციების მაჩვენებლებსა და ფორმებს, მზღვეველის ანგარიშგებას და მისი წარდგენის ვადებს საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად ადგენს საქართველოს ეროვნული ბანკი. აღებული სადაზღვევო ვალდებულებების შესასრულებლად მზღვეველი სადაზღვევო შენატანების საფუძველზე ქმნის მოსალოდნელი სადაზღვევო ანაზღაურებისთვის აუცილებელ რეზერვებს. სადაზღვევო რეზერვებში, რომლებსაც ქმნის მზღვეველი, არ დაიბეგრება.

ფინანსური მდგრადობის ანალიზის რეგულარული ჩატარება აქტუალურია, რადგანაც მზღვეველის ფინანსური მდგრადობა – სადაზღვევო რეგულირების საფუძველი და სადაზღვევო ზედამხედველობის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანაა.

**ნატო კაკაშვილი,**  
თსუ ეკონომიკის აკადემიური  
ლოქტორი

**УСЛУГА СТРАХОВАНИЯ - СОЗДАНИЕ НОВОГО ПРОДУКТА**

**ნატო კაკაშვილი**

**Аннотация**

Создание и развитие страхового продукта в страховой компании создает большой риск. Именно поэтому страховые компании часто предпочитают модернизировать уже установленные, проверенные продукты а начинающие компании копируют уже созданных продуктов. Жизненный цикл концепции выделено в двух уровнях:

Микро уровень, где описанно и прогнозированно реализация продукта на местном и конкретном рынке.

Макро уровень, где анализируется специфика реализации продукта в различных странах ,то есть, так называемый международный жизненный цикл.

Феномен страхового го цикла является наиболее сложной проблемой в теории страхования. Сложность строение модели цикла связана к участию предпринимателей в рынке страхования и мобильности краткосрочных и долгосрочных субъектов страхования.