

# კონკურენციის პირობები სადაზღვევო ბაზარზე და სადაზღვევო ბიზნისის მიმოხილვა

ლევან გრიგალაშვილი  
ემდ, სტუ პროფესორი;  
შორენა მიმინოშვილი  
სტუ დოქტორანტი

## რეზიუმე

დაზღვევის როლი ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკაში მუდმივად იზრდება. ამჟამად ქვეყანაში მიმდინარეობს დაზღვევის სისტემის აქტიური რეფორმა და ამ სფეროში გარკვეული წარმატებებია. სადაზღვევო სექტორში, ბაზრის განვითარების დინამიური ზრდა აღინიშნება როგორც ხარისხობრივად, ასევე რაოდენობრივად. ასევე არის დაზღვევის კულტურის ზრდა, რაც დასტურდება წლების განმავლობაში დაზღვეულთა რაოდენობის ზრდით. კომპანიები თანდათანობით ვითარდებიან ქართულ ბაზარზე და ცდილობენ ადაპტირდნენ საზოგადოებაში არსებულ სოციალურ-ეკონომიკურ ვითარებასთან. რეგულირებადი კონკურენტული დაზღვევის ბაზრის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ მრავალი მზღვეველი მოქმედებს და კლიენტს შეუძლია აირჩიოს შეთავაზებული მომსახურების საუკეთესო პირობები. სადაზღვევო კომპანიებს შორის არსებობს ფასების კონკურენციის პირობები, კერძოდ, ჯანმრთელობის სადაზღვევო პაკეტები ცვლად პრემიალურ დონეებზეა, რაც კონკურენციის შექმნის ერთ-ერთი წინაპირობაა.

თანამედროვე გამოწვევები სულ უფრო მეტად განიხილავს პარტნიორობის მოდელების საჭიროებას. ერთი მხრივ, სახელმწიფომ უნდა ჩამოაყალიბოს მცირე ბიუროკრატია, მეორე მხრივ, კერძო სექტორი უფრო მეტად უნდა იყოს პასუხისმგებელი. შედეგად, გაიზარდა სადაზღვევო პროდუქტებზე მოთხოვნა და წამოიჭრა ყველა ის პარამეტრი, რომელიც გავლენას ახდენს სადაზღვევო ბაზრის განვითარებაზე.

**საკვანძო სიტყვები:** სადაზღვევო პროდუქტი, კონკურენცია, სადაზღვევო ბაზარი.

## პირითაღი ტაქსტი

ქვეყნის განვითარების ერთ-ერთ სტრატეგიად მიიჩნევა სადაზღვევო ბაზრის განვითარება. სადაზღვევო საქმიანობის პოპულარიზაციასა და მასზე მოთხოვნილების გაზრდისთვის მნიშვნელოვანია ხარისხიანი სადაზღვევო პროდუქტების დანერგვა. ასევე, სადაზღვევო ბაზრის ინფრასტრუქტურის, პროფესიული განვითარების და კონკურენციის დაცვა.

სადაზღვევო კომპანიების რაოდენობა და მათი მდგრადობა განსაზღვრავს ბაზარზე კონკურენციის დონეს. ბუნებრივია, როცა ბაზარზე რამდენიმე სადაზღვევო კომპანიაა, კონკურენცია მაღალია, მიუხედავად მათი შესაძლებლობებისა კონკურენციის საზომი არის კლიენტებზე მიწოდებული სადაზღვევო პროდუქტი.

ჯანსაღი კონკურენციის პოლიტიკის დამკვიდრება, ხელშეწყობა და კონკრეტული, მიზანმიმართული ნაბიჯები ქმნის პროგრესის საფუძველს და მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიკის სწრაფი წინსვლის რეალურ მიმართულებას. ურთიერთობებს დაზღვევის სფეროში სადაზღვევო ორგანიზაციებსა და იურიდიულ და ფიზიკურ პირებს შორის, აწესრიგებს საქართველოს კანონი დაზღვევის შესახებ, ხოლო სადაზღვევო ორგანიზაციებს შორის, ადგენს სადაზღვევო საქმიანობის კონკურენციის სახელმწიფო რეგულირების ძირითად პრინციპებს.

სადაზღვევო მომსახურების ხარისხის ამაღლებაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება კონკურენციას. მის ინტენსივობას სადაზღვევო ბაზარზე უნდა განაპირობებდეს ისეთი ფაქტორები, როგორიცაა: სადაზღვევო კომპანიების რაოდენობა და მოცულობა, სადაზღვევო ბაზარზე შეღწევის რეალური ბარიერები (სადაზღვევო საქმიანობის ლიცენზირების თავისებურება) და ა.შ. საქართველოში სადაზღვევო ბაზარზე განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს სატარიფო განაკვეთების ოპტიმიზაციის პრობლემა, რამდენადაც ტარიფი არ არის სადაზღვევო მომსახურების ღირებულება და არეგულირებს მოთხოვნას და მიწოდებას. რეალურად კი სადაზღვევო საქმიანობის ფინანსური დაგეგმვის დროს ტარიფის დადგენას საფუძვლად უნდა დაედოს ისეთი მახასიათებელი, რო-

გორიცაა: ზარალის გადანაწილება და სადაზღვევო შენატანების დაბრუნებადობის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა.

სადაზღვევო ბაზრის ათვისება დამოკიდებულია როგორც დამზღვევთა და სადაზღვევო კომპანიათა ურთიერთობაზე, ასევე სახელმწიფოს აქტიურ და მოქნილ ეკონომიკურ პოლიტიკაზე. მოსახლეობის გადახდისუნარიანობასა და ბიზნესის სიძლიერეზე.

სადაზღვევო ინდუსტრიაში პრობლემას წარმოადგენს სადაზღვევო ბაზარზე არსებული კომპანიის ცნობადობა, ტარიფების სწორი შემუშავება, მაღალკვალიფიციური კადრების ნაკლებობა, დაბალი ხარისხის მომსახურება. რაც უფრო გამჭირვალეა კომპანიის პოლიტიკა, მით უფრო მეტია ნდობა მომხმარებლის მხრიდან. სწორედ უნდა მოხდეს ინფორმაციის მიწოდება და რაც მთავარია პოტენციურ მომხმარებელს უნდა მიაწოდონ, ზუსტი და სრულფასოვანი ინფორმაცია, რომელიც მიიზიდავს მას და გაუჩენს თანამშრომლობის სურვილს. შემდეგი პრობლემა არის ტარიფების შემუშავება. გარკვეული პროდუქტის შექმნამდე, კომპანიისათვის მნიშვნელოვანია შეისწავლოს ბაზრის კონიუქტურა და პროდუქტის შეთავაზებისას უნდა იყოს მორგებული ფასი, რომ საზოგადოების ყველა ფენისთვის იყოს ხელმისაწვდომი. მენეჯმენტის კიდევ ერთ პრობლემას წარმოადგენს კვალიფიციური კადრები. კადრების ხშირი ცვლის გამო კომპანიები ვერ ახერხებენ სწრაფ და ხარისხიან გადამზადებას, რაც აისახება საბოლოოდ მომსახურების ხარისხზე. ძირითადად ეს პრობლემა მკვეთრად ჩანს მომსახურების სფეროში. კადრები რომლებიც არ არიან გადამზადებულები, ვერ ახდენენ ინფორმაციის მიწოდებას მომხმარებლისათვის. ძირითადად ორიენტირდებიან გაყიდვაზე და ყურადღებას აკლენ მომხმარებლის ინფორმირებას. სადაზღვევო კომპანიებმა უნდა გააანალიზონ მათი მნიშვნელობა და შეასრულონ ვალდებულებები სრულყოფილად. უნდა შემუშავდეს ხელმისაწვდომი ტარიფები სადაზღვევო პროდუქტებზე და მივიღებთ მეტ დაინტერესებულ მომხმარებელს, სანდოობის გარანტიის მოპოვებას და ბაზარზე არსებული პროდუქტებისადმი მოთხოვნის გაზრდას.

სადაზღვევო ინდუსტრია იყო და არის მარკეტინგულად აქტი-

ური, რაც ქმნის სადაზღვევო ბაზარისთვის გაჩნდეს ზრდის დამატებით ახალი სტიმული და შესაძლებლობები. მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ გაყიდვების ზრდის კვალდაკვალ სადაზღვევო კომპანიისთვის სასიცოცხლოდ აუცილებელია რისკების სწორი შეფასება. ბაზარი ყოველთვის ახდენს რეაგირებას სტიმულზე, თუ ასეთი არსებობს და მყისიერად შეგვიძლია დავინახოთ ის კონკურენციის გამძაფრებაში. თუ კონკურენცია არ არის მძაფრი რომელიმე კონკრეტულ სეგმენტზე, მაშინ დიდი ალბათობით იქ არ არის შესაბამისი სტიმული და პირიქით. დღეს სადაზღვევო კომპანიების მარკეტინგული აქტივობა არ არის მცირე და ასახავს იმ ბაზრის მოცემულობებს, რაც გვაქვს.

2018 წლის 31 დეკემბრის მდგომარეობით რეგისტრირებულია 17 სადაზღვევო კომპანია, 16 მათგანი ფლობს სიცოცხლის და არასიცოცხლის დაზღვევის ლიცენზიას, ხოლო ერთი მათგანი მხოლოდ არასიცოცხლის დაზღვევის ლიცენზიას.

დაზღვევის მარეგულირებელი ორგანო ყოველ წელს აქვეყნებს სადაზღვევო ბაზრის სტატისტიკურ და ფინანსური მონაცემებს. ეს საშუალებას გვაძლევს, შევაფასოთ საქართველოს სადაზღვევო სისტემაში არსებული მდგომარეობა, და დავსახოთ განვითარების სტრატეგიული მიმართულებები.

მოზიდული პრემიის და დამდგარი ზარალის აღებული მონაცემების მიხედვით სადაზღვევო კომპანიების ზარალიანობა სადაზღვევო პროდუქტების სხვადასხვა სახეობაში შემდეგ სურათს იძლევა:

- 2014 წელს სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოზიდულმა სადაზღვევო პრემიამ 219 მილიონ ლარზე მეტი შეადგინა, გაცემულია 207 მილიონ ლარზე მეტი ანაზღაურება.

- 2015 წელს სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოზიდულმა სადაზღვევო პრემიამ 194 მილიონ ლარზე მეტი შეადგინა, გაცემულია 166 მილიონ ლარზე მეტი ანაზღაურება.

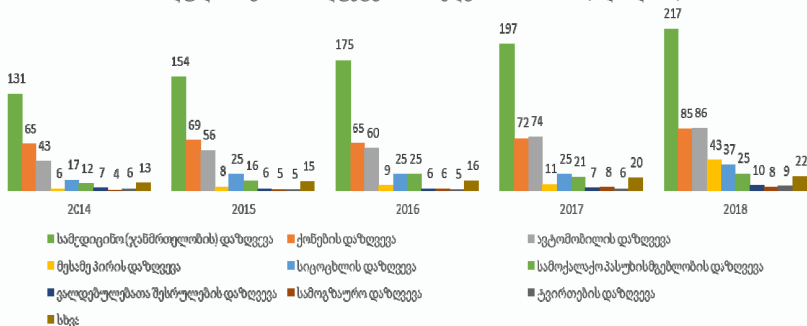
- 2016 წელს სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოზიდულმა სადაზღვევო პრემიამ 233 მილიონ ლარზე მეტი შეადგინა, გაცემულია 186 მილიონ ლარზე მეტი ანაზღაურება.

- 2017 წელს სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოზიდულმა

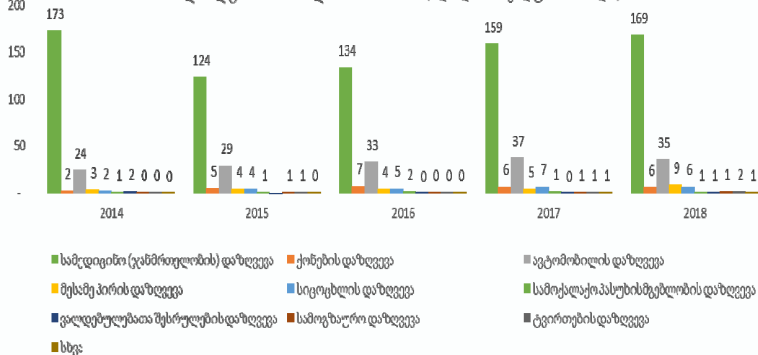
სადაზღვევო პრემიამ 251 მილიონ ლარზე მეტი შეადგინა, გაცი-  
მულია 217 მილიონ ლარზე მეტი ანაზღაურება.

● 2018 წელს სადაზღვევო კომპანიების მიერ მოზიდულმა  
სადაზღვევო პრემიამ 339 მილიონ ლარზე მეტი შეადგინა, გაცი-  
მულია 230 მილიონ ლარზე მეტი ანაზღაურება.

მოზიდული პრემია პროდუქტების მიხედვით 2014-2018 (მლნ ლარი)



დამდგარი ზარალი 2014-2018 (მლნ ლარი რეალური ზარალი)



მიღებული პრემიები დაზღვევის სახეობების მიხედვით შემდე-  
გნაირად გადანაწილდა:

● 2014 ჯანმრთელობის დაზღვევა — 173 მილიონი ლარი (ბაზ-  
რის 40%), დანარჩენ სახეობებში სულ 46 მილიონი ლარი პრემიაა  
მოზიდული.

● 2015 ჯანმრთელობის დაზღვევა — 124 მილიონი ლარი (ბაზ-

რის 45%), დანარჩენ სახეობებში სულ 70 მილიონი ლარი პრემიაა მოზიდული.

- 2016 ჯანმრთელობის დაზღვევა — 142 მილიონი ლარი (ბაზრის 37%), დანარჩენ სახეობებში სულ 90 მილიონი ლარი პრემიაა მოზიდული.

- 2017 ჯანმრთელობის დაზღვევა — 160 მილიონი ლარი (ბაზრის 35%), დანარჩენ სახეობებში სულ 91 მილიონი ლარი პრემიაა მოზიდული.

- 2018 ჯანმრთელობის დაზღვევა — 173 მილიონი ლარი (ბაზრის 26%), დანარჩენ სახეობებში სულ 166 მილიონი ლარი პრემიაა მოზიდული.

პირველი, რისი განზოგადების საშუალებასაც ეს მონაცემები გვაძლევს, ისაა, რომ საქართველოში ბოლო წლების მანძილზე სადაზღვევო ინდუსტრიის მიერ მოზიდული ჯამური პრემია რამდენიმე ასეული მილიონი ლარის ოდენობისაა და ბოლო წლების განმავლობაში ზრდადია, ბაზარს უფრო მეტი პოტენციალი აქვს, რომლის შესაძლებლობას განხორციელებული და განსახორციელებელი რეფორმების საშუალებით შევძლებთ.

ყურადღებას იქცევს არასიცოცხლის დაზღვევის პრემიისა და სიცოცხლის დაზღვევისა და საპენსიო შენატანების წილის განსაზღვრა; სურათი შეიცვალა სავალდებულო დაზღვევის სახეობების შემოღების შემდეგ.

დაზღვევის სტატისტიკური მონაცემების აღრიცხვა ხდება 18 სახეობის მიხედვით და ამათგან პრემიების ლომის წილი, 79%, დაზღვევის მხოლოდ სამ სახეობაზე მოდის, რაც დაახლოებით ერთნაირი პროპორციებით ნაწილდება წლების მიხედვით: ჯანმრთელობის, ავტომობილის და ქონების დაზღვევა.

სავალდებულო დაზღვევის შემოღება ზრდის ბაზრის ათვისების წილს, რაც სადაზღვევო სისტემას დაეხმარება ინფრასტრუქტურულ, ფინანსურ, საკადრო გაძლიერებაში. ეს მოთხოვნა ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების პირობებშიცაა ჩადებული და დაზღვევის სახელმწიფო ზედამხედველობის სამსახურთან ერთად ამ საკითხის დამუშავებაში სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციაც აქტიურადაა ჩართული. (ავტოტრანს-

პორტის მფლობელთა მესამე პირებისადმი პასუხისმგებლობის დაზღვევის (MTPL) სავალდებულო წესით შემოღება.; პროფესიული (პროფესიული საქმიანობის გამწვევი პირები და ორგანიზაციები) და სამოქალაქო პასუხისმგებლობის (სამშენებლო-სამონტაჟო სამუშაოები, მომატებული საფრთხის სანარმოები) სახეობების სავალდებულო წესით შემოღება; სავალდებულო უბედური შემთხვევის დაზღვევა; კერძო საპენსიო დაზღვევა;).

სადაზღვევო ბიზნესი დაზღვევის პროდუქტისა და სადაზღვევო მომსახურების სამომავლო მიზნებსა და ამოცანებს განიხილავთ საქართველოს სადაზღვევო კომპანიათა ასოციაციაში, ხდება ერთიან ჭრილში პრობლემების ასახვა და გზების პოვნა; დაზღვევის და მისი პროდუქტების ხარისხის გაუმჯობესებაზე მუდმივად ზრუნვა და ხარისხიანი სადაზღვევო პროდუქტების დანერგვის ხელშეწყობა. აქტიური მონაწილეობის მიღება კანონშემოქმედებით მუშაობაში სადაზღვევო საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა-გაუმჯობესების მიზნით. სადაზღვევო საქმიანობით დაკავებული სუბიექტების ეთიკის ნორმების შემოღება, დამკვიდრება და დაცვა. საქართველოს სადაზღვევო ბაზრის ინფრასტრუქტურის, პროფესიული განვითარების და მაღალი კონკურენციის ხელშეწყობა. საქართველოს სადაზღვევო ბაზრის, ასევე ასოციაციის წევრთა ინტერესების დაცვა როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე მის ფარგლებს გარეთ.

სადაზღვევო ბაზრის მდგრადობის რეგულირება სადაზღვევო ზედამხედველობის სამსახურის უპირველესი ამოცანაა, ამიტომ სწორად შერჩეული რეგულირების ინსტრუმენტები, მათი სამართლიანი გამოყენება, ბაზრის კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფა, სწორი სატარიფო პოლიტიკის ჩამოყალიბება, არის დაზღვევის ინდუსტრიის ეფექტიანობისა და მთლიანად ფინანსური ბაზრის სტაბილურობის ზრდის გენერატორი.

სადაზღვევო კომპანიების ფინანსური მდგრადობა პირველ რიგში დამოკიდებულია ზარალის მოცულობაზე და მეორე რიგში საინვესტიციო საქმიანობიდან მიღებულ შემოსავალზე, რომლის წარმატებით განხორციელებამ შესაძლებელია გაზრდილი ზარალის კომპენსაცია მოახდინოს. საქართველოს სადაზღვევო ბაზარი

განხილული წლების განმავლობაში სტაბილურად საშუალო მდგრადობისაა, ასევე სტაბილურია, მაგრამ ძალიან მცირე ქვეყნის მშპ-ში დაზღვევის წილი, შესაბამისად მცირე მამულებითაა წარმოდგენილი საინვესტიციო საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი.

მიზეზები, რომლებიც სადაზღვევო ბაზრის განვითარების შეფერხებას იწვევს, არის შემდეგი:

- მოსახლეობის დაბალი შემოსავლები;
- სადაზღვევო კომპანიების ფასისმიერი არაკონკურენტუნარიანობა;
- რისკების შეფასების მეთოდების არასრული გამოყენება;
- სიცოცხლის დაზღვევის დაგროვებადი და დაბრუნებადი პროდუქტის მცირე წილი;
- საფონდო ბაზრის განუვითარებლობა;
- სადაზღვევო კომპანიების მხრიდან ვალდებულების არადროული და არაჯეროვანი შესრულება.

თითოეული მათგანი ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის შემადგენელია და მეტ-ნაკლები ხარისხით განსაზღვრავენ კიდეც მას.

დასაქმების დონის ზრდასთან ერთად მოხდება შემოსავლების დონის ზრდა და ამ ფონზე სახელმწიფოს მიერ სავალდებულო დაზღვევის შემოღება, შექმნის თითოეული დაზღვეულის საქმიანობასა და ყოფით ცხოვრებაში ფსიქოლოგიურ საფუძველს, სავალდებულო ფორმის ნებაყოფლობით შეცვლის შემთხვევაში შეიძინოს დაზღვევის პროდუქტი და შეინარჩუნოს სიმშვიდე. შედეგად გაიზრდება მოთხოვნა დაზღვევის პროდუქტებზე და ამალდება ყველა ის პარამეტრი, რომელიც სადაზღვევო ბაზრის განვითარებულობაზე ახდენს გავლენას.

დაზღვევის და ევროპული დოქტრინების გათვალისწინებით საფინანსო ზედამხედველობიდან რეგულირება ბაზრის ქცევის რეგულირებაზე უნდა გადავიდეს, რომლის მიზანია სადაზღვევო პროდუქტებს შორის არჩევანის გაფართოება და სადაზღვევო კომპანიებს შორის კონკურენციის გაზრდა.

სახელმწიფოს მიერ ჯანდაცვის ბაზრის რეგულირებას შესაძლოა მრავალნაირი ფორმა ჰქონდეს: ლიცენზირების კანონები, სამედიცინო ბაზარზე შესვლის შეზღუდულობა, სამედიცინო

მომსახურების ფასის, ხარისხისა და მოცულობის რეგულირება.

სადაზღვევო მომსახურების შესახებ მომხმარებლის ცნობიერების ამაღლებისა და ნდობის განმტკიცების თვალსაზრისით საჭიროა პრიორიტეტების გაცნობა დაზღვევის სფეროში მომხმარებელთა დაცვის მიმართულებით. რაც ითვალისწინებს მზღვეველის ვალდებულებას, სადაზღვევო მომსახურების განწევს ყველა ეტაპზე, მათ შორის, სადაზღვევო პროდუქტის შეთავაზებისას, უზრუნველყოს მომხმარებელი ინფორმირებული არჩევანის გაკეთებისათვის აუცილებელი ინფორმაციით. როგორც სადაზღვევო პროდუქტის შეთავაზების, ასევე ხელშეკრულების დადების ეტაპზე მომხმარებელმა ზუსტად უნდა იცოდეს, რა ტიპის ხელშეკრულებას დებს და რა შინაარსის უფლება-მოვალეობები ეკისრება როგორც მას, ისე მომსახურების მიმწოდებელ მხარეს.

### **გამოყენებული ლიტერატურა:**

1. სტატისტიკა - დაზღვევის სახელმწიფო ზედამხედველობის სამსახური - [insurance.gov.ge/Statistics.aspx](http://insurance.gov.ge/Statistics.aspx)
2. Pearson, R., (2010). The Development of International Insurance –
3. 2016 წლის ანგარიში. საქართველოს კონკურენციის სააგენტო, თბილისი, 2017
4. კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო თბილისი, 2012 წ. <http://www.transparency.ge/>
5. ვერულავა თ. დაზღვევის ისტორია, თბილისი 2013წ.

### **REFERENCES:**

1. Statistics - State Insurance Supervision Service - [Insurance.ge/Statistics.asp](http://Insurance.ge/Statistics.asp)
2. Pearson, Gh., (2010). The D Development Of International I Nursing -
3. 2016 Report. Georgian Competition Agency, Tbilisi, 2017
4. Competition Policy in Georgia Transparency International - Georgia Tbilisi, 2012 [Http://www.transparency.com/](http://www.transparency.com/)
5. Verulava h. Insurance History, Tbilisi 2013.

## THE CONDITIONS OF COMPETITION IN THE INSURANCE MARKET AND REVIEW OF INSURANCE BUSINESS<sup>შ</sup>

**Levan Grigalashvili**, Professor of GTU  
**Shorena Miminoshvili**, PhD of GTU

### RESUME

In the insurance sector, the dynamic growth of market development is marked both qualitatively and quantitatively. There is also an increase in the insurance culture, as evidenced by the increase in the number of insured persons over the years. Companies are gradually evolving in the Georgian market and trying to adapt to the socio-economic situation in the society. The essence of a regulated competitive insurance market is that many insurers operate and the client can choose the best terms of service offered. There are conditions for price competition among insurance companies, in particular, health insurance packages are at variable premium levels, which is one of the prerequisites for creating competition. Modern challenges are increasingly addressing the need for partnership models. On the one hand, the state should establish a small bureaucracy, on the other hand, the private sector should be more responsible. As a result, demand for insurance products has increased and all the parameters affecting the development of the insurance market have been raised.

**Key words:** Insurance product, Compete, Insurance Market.