

PROCEEDINGS OF SCIENTIFIC WORKS

OF PAATA GUGUSHVILI INSTITUTE
OF ECONOMICS OF TSU

VIII

Editor-in-chief

Ramaz Abesadze

Scientific-Editorial Board

N. Arevadze, G. Berulava, N. Bibilashvili (executive secretary), V. Burduli, T. Chkheidze, L. Datunashvili, G. Erkomaishvili, Sh. Gogiashvili, R. Javakhishvili, E. Kakulia, N. Khaduri, M. Khuskivadze, A. Kuratashvili, M. Kvaratskhelia, T. Lazarashvili, I. Nate-lauri, V. Papava, R. Sarchimelia

TBILISI 2015

UDC (უკუ) 061.62: 33(479.22)(045)

3 – 121

The proceedings of scientific works of Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University publishes the works of Institute researchers and scientists-economists of Georgia dedicated to current actual economic problems.

The proceedings are intended for a wide range of readers and will assist not only professionals but those concerned with issues of economy.

The views of scientific-editorial board do not necessarily reflect author's option and it accepts no responsibility for the accuracy of information

© Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Paata Gugushvili Institute of Economics

ISSN 1987 – 6904

ISBN 978-9941-13-495-1

The labour market in Georgia is not a self-regulated system and has not ability to provide rational use of labour potential coming out from the requirements of the country's socio-economic development. The noted objective can be solved only through the formulation and pursuance of purposeful state policy in the sphere of labour and employment. This, above all, implies development of labour market infrastructure, perfection of professional education system that provides enhancement of human capital qualification and reduction of existing imbalance at the labour market.

*Людмила Шимановская-Дианич
Бадри Гечбаия
Тимур Ищейкин*

КАТЕГОРИЙНЫЙ АППАРАТ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Креативный менеджмент на сегодняшний день понятие новое. Однако следует заметить, что он является, одновременно, и уже частично сформированной отраслью управленческой науки и специфическим видом управленческой деятельности. Поэтому можно с абсолютной уверенностью говорить как о теоретических, так и о прикладных аспектах креативного менеджмента.

Теория креативного менеджмента находится на пересечении инновационного и эвристического менеджмента, а начало активной разработки теории креативного менеджмента было положено сравнительно недавно, в середине XX в. и, только в начале XXI в. она нашла свое воплощение в прикладном использовании этих знаний.

В научной литературе имеют место различные подходы к определению сущности и содержания креативного менеджмента. Значительный вклад в развитие теории креативного менеджмента внесли такие ученые как Г. Альтшуллер, Э. Боно, К. Кирсанов, А. Кудрявцев, М. Романчук, Г. Свидрук, Б. Твисс, А. Шевырев и др. Однако, прежде чем дать наше понимание сущности и раскрыть задачи креативного менеджмента остановимся более подробно на ключевых понятиях, которые явились определяющими при формировании авторского видения данного явления, а именно – на понятиях «креативность» и «творчество». Это и стало целью данной статьи, а именно – раскрытие содержания основополагающих категорий, формирующих категорийный аппарат, понятие и сущность креативного менеджмента, его специфические особенности и основные задания.

Содержание понятия «творчество» трактуется как деятельность человека, которая направлена на создание качественно новых, неизвестных ранее духовных, или материальных ценностей (новые произведения искусства, научные открытия, инженерно-технологические, управленческие или другие инновации и т.д.)[7]. Необходимыми компонентами творчества являются фантазия и воображение, психологическое содержание которых заключается в создании образа конечного продукта (результата творчества). Поэтому следует остановиться на рассмотрении творчества в двух аспектах – психологическом и философском.

Одним из первых кто выделял понятие творчества, был древнегреческий философ Платон, который говорил о его универсальном характере, подчеркивая, что «любой переход из небытия в бытие – это творчество, а значит, создание любых произведений искусства и ремесла можно назвать творчеством, а всех создателей – их творцами»[10].

Фундаментальные изменения пришли с началом христианской эпохи вместе с развитием концепции сотворения (лат. *creatio*) Богом мира (*creator*–создатель, Бог, ибо он создал мир), и данный термин перестал использоваться относительно человеческой деятельности.

Однако с наступлением эпохи Ренессанса, которая пропитана верой в неограниченные творческие возможности человека, наоборот, творчество все более и более воспринимается как художественная, возникает интерес к личности художника и к самому акту творчества и все более выраженной становится тенденция рассматривать саму историю как продукт человеческого творчества.

Несколько позже, польский поэт М. Сербевский (1595 - 1640) начал использовать термин творчество относительно поэзии. Хотя длительное время такое понимание творчества наталкивалось на критику, в первую очередь, из-за трактования творчества как акта создания из ничего.

В эпоху Просвещения творчество связывали со способностью человека к воображению. Английские эмпиристы Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Дж. Локк, Д. Юм трактовали творчество как определенную комбинацию уже существующих элементов, что приближало его к изобретательству.

Наиболеевершенная концепция творчества представлена в XVIII в. И. Кантом, который специально анализирует творческую деятельность в учении о продуктивной способности воображения, которое выступает связующим звеном между разумом и чувственным опытом.

Учение Канта было продолжено Шеллингом, который рассматривал творческие способности в единстве осознанной и неосознанной деятельности человека. Взгляд на художника как на гения, который творит благодаря вдохновению, достиг своей кульминации в эпоху Романтизма. Творчество художника и философа считались наивысшей формой человеческой жизнедеятельности.

В идеалистической философии конца XIX начала XX вв. творчество рассматривается в основном как противоположность механико-технической деятельности. При этом, если философия жизни противопоставляет

техническому рационализму творческое естественное начало, то экзистенциализм подчеркивает духовно-личностную природу творчества. В философии жизни наиболее развернутая концепция творчества представлена А. Бергсоном («Творческая эволюция» 1907). В данной концепции творчество, как непрерывный процесс зарождения нового, составляет сущность жизни. Вся реальность рассматривается философом как непрерывный рост и бесконечное творчество [5]. Наиболее адекватной формой существования считают творчество и экзистенциалисты. М. Бердяев («Содержание творчества», 1916) рассматривает творчество как «дело богоподобной свободы человека, раскрытие в нем образа Творца» [6].

Философия прагматизма и позитивизма, наоборот, рассматривает творчество как изобретательство, цель которого – решать задания, которые поставлены определенной ситуацией. Марксистская философия определяет творчество как «деятельность человека, которая превратит естественный и социальный мир в соответствии с целями и потребностями человека и человечества на основе объективных законов реальности» [9]. В тоже время для творчества необходимо обеспечить больший простор для личностной инициативы, индивидуальных способностей, мысли и фантазии.

3 точки зрения психологии творчество рассматривается как процесс создания нового и совокупность свойств личности. Творчество как процесс сначала анализировали исходя из самоотчетов деятелей искусств и науки (описание «вдохновения», «мук творчества» и т.д.). Английский ученый Г. Воллес (1924) разделил творческий процесс на четыре фазы: подготовку, созревание (идея), просветление и проверка. Подобные стадии выделял и А. Пуанкаре, описывая процесс осуществления им нескольких математических открытий [10].

По мнению ученого, творческий процесс начинался с установления задачи, дальше проходил процесс несознательной работы, неожиданного нахождения ключа для ее развязывания и завершался обработкой результатов.

Поскольку главные звенья процесса (созревание и просветление) не поддаются осознанно-волевому контролю, это послужило доказательством в пользу концепций, которые отводили решающую роль в творчестве подсознательному и иррациональному факторам. Однако экспериментальная психология доказала, что неосознанное присутствует и в осознанном, интуитивном и умственном процессах.

Совокупность психических качеств, которые характерны для творческой личности, стала объектом конкретно-научного изучения с изобретением тестов и методик их обработки и анализа. В статистических исследованиях ученых изучается соотношение между образованием и продуктивностью работы, возрастом и динамикой творчества, разрабатываются методики стимуляции группового творчества.

Популярной моделью стала «пороговая теория», которая была предложена П. Торренсом, который считает, что высокий уровень интеллекта есть необходимым, однако недостаточным условием для высоких творческих способностей [3]. В целом это – положительная взаимосвязь между творческими способностями и интеллектом, хотя она не будет проявляться, если оцениваться будут только люди с наивысшим уровнем интеллекта.

Проводились исследования, что бы определить связь между эмоциями и творческой активностью. Некоторые исследователи, например Г. Айзенк, считают что положительные эмоции активизируют как ассоциативное мышление, так и расфокусируют внимание, увеличивая поле для подбора фактов, которые касаются обрабатываемой проблемы [4].

С другой стороны, некоторые исследователи считают, что и отрицательные эмоции могут повысить креативность. Например, Арнольд Людвиг, изучая деятельность 1005 известных личностей XX столетия, нашел слабую но значимую связь между депрессиями и творческими достижениями.

Согласно с различными подходами к определению границ творчества выделяют некоторые типы творчества: актера (искусство), мудреца (наука и инженерия).

Креативность – (лат. *creation* - создание) – современный термин, которым описываются «творческие способности индивида, которые характеризуются способностью к продуцированию принципиально новых идей, а также входят в структуру одаренности в качестве независимого фактора» [7]. Раньше в литературе использовался термин «творческие способности», однако позже он вытесняется заимствованием из английского языка (*creativity, creative*). По мнению профессора И. Милославского (Московский государственный университет), термином «креативный» обозначается творчество, которое «не только выдвигает идеи, а и доводит их до конкретного практического результата».

Ф.Баррон и Д.Харрингтон, подводя итоги исследований в сфере креативности с 1970 по 1980 года [1], обобщили данные по креативности таким образом:

1. Креативность – это способность адаптивно реагировать на потребность новых подходов и продуктов. Эта способность позволяет также осознавать новое в бытии, хотя сам процесс может иметь как осознанный так и неосознанный характер; способность порождать необычные идеи, отклоняться от традиционных схем мышления, быстро решать проблемные ситуации.

2. Создание нового творческого продукта много в чем зависит от личности создателя и силы его внутренней мотивации.

3. Особенности творческого процесса, продукта и личности является их оригинальность, валидность, адекватность задачи и пригодность – эстетическая, экологическая, оптимальность формы, правильность и оригинальность на данный момент.

4. Креативные продукты могут быть очень разнообразными по природе: новое решение проблемы в математике, открытие химического процесса, создание музыки, картины или поэмы, новой философской или религиозной системы, нововведение в природоведении, свежее решение социальных проблем и т.д.

Анализируя современные исследования этого явления можно сделать вывод, что до сегодняшнего дня все еще не существует однозначного ответа на вопрос, существует ли вообще креативность как явление, или она является научным конструктом или самостоятельным процессом креативности, или креативность – это сумма других психических процессов.

Креативность является врожденной чертой человека. Благодаря ей личность проявляет себя, реализует социальные потребности, а со временем – в достижениях, успехе, самовыражении. На протяжении жизни, благодаря развитию трудовых навыков, увеличению опыта, проблем, с которыми он сталкивается, и бесконечным количеством всяких ситуативных, объективных и субъективных факторов, креативность развивается и проявляется по-разному. Можно сказать, что существует взаимосвязь между поведением и креативностью. Благодаря творчеству человек выражает собственный внутренний мир и изменяет внешний, а продукты творчества заставляют его развиваться дальше.

Под первичной креативностью понимают что-то новое, что отличается от предыдущего. Вторичная креативность заключается в создании определенного предмета с приданием ему отдельных своеобразных черт. Она касается тех вопросов, которые уже имели место, осуществлялись ранее.

Психолог Л. Выготский изучал творческую сущность человека с культурно-исторического взгляда. Он считал, что благодаря деятельности человек изучает, «расшифровывает» продукты культуры, приобретения человечества, по-своему их усваивает. Этот процесс является основой и условием саморазвития. Каждый человек имеет уникальный внутренний мир и по-своему проявляет творческий потенциал[8].

Г. Альтшуллер рассматривал объективно-субъективные отношения творческого процесса в четырех аспектах: философском, социальном, психологическом и методическом. В философском плане – формализация может быть распространена только на репродуктивный компонент и не может рассматриваться как ключ к пониманию той части творческого процесса, которая характеризуется продуктивным компонентом [6]. В социальном – две формы отображения потребности в творческой деятельности: социальный заказ общества и выявленная субъектом потребность. В психологическом – два подхода: исследования психологии создателя-субъекта; исследования приемов, которые используются творцами в созданных «продуктах» творчества. Результатом первого подхода стало рассмотрение причин «психологических барьеров» и инертности мышления: профессиональная сила привычки; боязнь попасть в другую сферу знаний; влияние авторитетов, знаний; наличие специальных терминов; неумение переформулировать условие задачи.

Результатом второго подхода стало создание списка типовых приемов поиска решений, а в методическом аспекте – методы поиска новых технических решений и психологические инструменты.

Благодаря креативности человек выражает себя, меняет как собственный внутренний, так и внешний мир. Таким образом креативность характеризуется через категории мотивационной направленности личности, поисково-исследовательской активности, использования интуиции в процессе разработки и принятия решения [11]. Огромное значение имеет уровень интеллекта, потребность в самореализации, представление человека о его месте в обществе. Только такая личность способна не творческую деятельность, а продукт ее творчества представляет из себя конечный результат стремления нестандартно решить определенную проблему. С этой точки зрения, известный американский теоретик А. Маслоу подчеркивал, что получение художественного образования является важным условием формирования лучших людей, потому что его цель – раскрытие потенциала личности с гуманистической точки зрения [2].

Противоположностью креативной выступает рекреативная личность или репродуктивная, т.е. та личность для которой характерна более простая мотивация, познавательные стремления – невысокие, соответственно, и к продуктам собственной познавательно-практической деятельности не предъявляются слишком высокие требования.

Иногда креативность вообще считается абстрактным (идеальным) понятием, поскольку ее наличие не предусматривает обязательного материального производства. Идея как материальный продукт может исчезнуть, не получив дальнейшего развития. Иногда креативность может проявляться только в межличностных взаимоотношениях с целью собственной презентации неповторимых индивидуальных черт[13].

Полностью противоположный взгляд на креативность заключается в том, что она преимущественно проявляется в сфере научно-технических разработок. Одаренность является наиболее важным условием творческой деятельности, а результаты такого человека есть более оригинальными, нежели у других. В тоже время положительным эффектом от творческой одаренности выступают новые методы и направления решения индивидуальных проблем, которые связаны с приспособлением к ситуации, окружению.

Гуманистическая психология утверждает, что способности и даже таланты можно развивать с помощью специальных программ, что, в свою очередь, позволит сформироваться креативности. Е. де Боно подчеркивает, что креативность – не врожденный талант, а скорее навыки, которым можно обучиться. Для того, чтобы достигнуть креативности, необходимо бросить вызов консервативным суждениям и правилам. «Ведь двигаясь проторенным путем, наше мышление часто выпускает из своего поля зрения припрятанные возможности, которые находятся вне его»[12].

Таким образом, креативность может использоваться в любом деле и проявляться у любого, особенно если взять во внимание то огромное количество способов, с помощью которых она может быть реализована.

Именно поэтому, если говорить о такой сфере деятельности как менеджмент, то креативность проявляется в формировании совокупности конкретных принципов, методов и форм управления творческим процессом, инновационной деятельностью с привлечением к этому персонала, т.е. в формировании такого вида менеджмента как креативный. Целью данного вида менеджмента является обеспечение и удержание конкурентных преимуществ организации с помощью стимулирования и привлечения талантов, творческого потенциала, внедрения инновационных технологий менеджмента. Креативный менеджмент опирается на креативистику – сферу знаний о продуктивном коллективном решении творческих задач и изучает психологические, управленческие, социологические, экономические, исторические, культурологические факторы, которые влияют на процессы творчества.

Поэтому подводя итог, можно отметить, что креативный менеджмент в широком смысле этого слова – это сложный механизм взаимодействия управляющей и управляемой подсистем в результате которого создаются условия и возможности для творческого развития и достижения организацией эффективного результата. А реализация креативного менеджмента должна предусматривать: мониторинг сферы деятельности и прогнозирование ее развития; разработку идей для реализации в планах инновационной деятельности; координацию деятельности всех подразделений в этой сфере; обеспечение квалифицированным персоналом и его мотивацию; создание специальных проектных групп; оценивание творческого потенциала индивида; создание творческой атмосферы в коллективе; формирование групп экспертов-аналитиков для оценивания идей и предложения в сфере инновационной политики; определение эвристических методов и приемов для эффективного решения творческих заданий специалистами.

Литература

1. Barron F., Harrington D. Creativity, intelligence and personality // Ann. Rev. of Psychol. V. 32. 1981.- P. 439-447
2. Maslow A. The Psychology of Science: A Reconnaissance. – New York: Harper & Row, 1966.- P. 452-467
3. Torrance E. P. Education and creativity// (Ed.) Teylor C. W. Creativity: Proggress and Potential. N. Y., 1964. – С. 134
4. Айзенк Г. Интеллект: новый взгляд // Вопросы психологии. – 1995. - № 1. – С. 111-131
5. Вишнякова В. Ф. Креативная психология. Психология творческого обучения. / В. Ф. Вишнякова. – Минск, 1995. – С. 22-126
6. Википедия – официальный сайт Свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
7. Кирсанов К. Креативный и эвристический менеджмент / К. Кирсанов// Российский экономический журнал. – 1995. – С.11
8. Литвиненко С. Креативність як загальна здібність до творчості: сучасні підходи// Збірник наукових праць Полтавського державного педагогічного університету імені В. Г. Короленка. – Серія «Педагогічні науки». – Випуск 3 (50). – Полтава, 2006. – С. 215-219
9. Пономарев Я. А. Психология творчества/ Я. А. Пономарев. – М.: Наука, 1976. – С.29-33
10. Пуанкаре А. Математическое творчество/ А. Пуанкаре // Адамар Ж. Исследование психологии процесса изобретения в области математики. – М. Советское право.- 1970. – С. 135
11. Скрипко Т. О. Інноваційний менеджмент: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / Т. О. Скрипко. – К.: Знання, 2009. – 385 с.
12. Яковлев В. Я. Философские принципы креативности / В. Я. Яковлев// Вестник Московского Университета - № 4. – 2005. – С. 35-38
13. Ярошевский М. Г. Психология творчества и творчество в психологии/ М. Г. Ярошевский // Вопросы психологии. – 1985. - № 6. – С. 14-24

*Lyudmila Shimanovskaya-Dianich
Badri Gechbaia
Timur Ischeikin*

CATEGORICAL APPARATUS OF CREATIVE MANAGEMENT

Annotation

The theory of creative management located at the intersection of innovation and heuristic management, and the beginning of active development of the theory of creative management was initiated relatively recently, in the mid-twentieth century and, only in the beginning of the XXI century. It was embodied in the applied use of this knowledge.

In the scientific literature there are different approaches to defining the nature and content of creative management. Significant contribution to the development of the theory of creative management made by such scholars as G. Altshuller, E. Bono, K. Kirsanov, Kudryavtsev, M. Romanchuk, Svidruk G., B. Twiss, A. Shevyrev and others. However, before giving our understanding of the problem and reveal the creative management will focus in more detail on the key concepts that were decisive in the formation of the author's vision of the phenomenon - namely, the notion of

"creativity" and "creativity". This was the purpose of this article - namely, the disclosure of the fundamental categories of categorical forming apparatus, and the essence of the concept of creative management, its specific characteristics and basic tasks.

ნანა შონია
მიხეილ ჩაკაბერია

ბიზნესის დაზღვევის თავისებურებანი საქართველოში

ნებისმიერი საზოგადოება წარმოდგენილია მატერიალური წარმოების გარეშე. სწორედ წარმოების პროცესში იქმნება მატერიალური დოვლათი ადამიანთა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, რაც საზოგადოების არსებობის საფუძველია. საქმიანი ურთიერთობა თანამედროვე საზოგადოების განუყოფელი ნაწილია. დღევანდელ პირობებში შეუძლებელია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარება კომერციის, წარმოების, ფინანსური ინსტიტუტების და სხვა საწარმოო თუ სოციალური ინფრასტრუქტურის გარეშე. ყველა ეს ცნება თანამედროვე ადამიანის ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად იქცა. ხოლო საქმიანი ურთიერთობები, რომელიც ამ სფეროში წარმოიშობა, ბიზნესად იწოდება, რომლის განვითარებაც უდიდეს როლს ასრულებს ქვეყნის ეკონომიკის წინსვლაში.

განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნესის განვითარება მაღალი ტემპებით მიმდინარეობს, რადგან ეროვნული მთავრობები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ ბიზნესს, როგორც დასაქმების რეალურ გზას. ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნესი მოსახლეობაში საშუალო კლასის ფორმირების საფუძველია, რომელიც ეკონომიკის სტაბილური განვითარების ბაზას წარმოადგენს და მოსახლეობის დიდ ნაწილს ასაქმებს.

საქართველოში ბიზნესი და ბიზნესურთიერთობები დღემდე საკმაოდ მტკიცუნეულად მიმდინარეობს, რადგან ვერც საზოგადოება და ვერც სახელმწიფო ვერ აღმოჩნდა მზად ბიზნესილების დასაფინანსებლად და ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს შესაქმნელად. საზოგადოებას დღემდე არ აქვს გათვითცნობიერებული ბიზნესის ეთიკა, ბიზნესის ცნება, მითები ბიზნესის შესახებ, ბიზნესგეგმის შედგენის სტილი, ბიზნესის დაწყებასთან დაკავშირებული რისკების სწორი განსაზღვრა და საქმიანობის შესაბამისი დაგეგმვა, ეკონომიკური ფსიქოლოგია, რომელიც წარმატებული ბიზნესის საწინდარია და ა.შ.

საქართველოს ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების პარაფირების შემდეგ კიდევ უფრო აქტუალური გახდა პერსპექტივა, რომელიც კერძო სექტორისთვის მომავალში ევროპული ბაზრების გახსნას გულისხმობს. თუმცა ქვეყანაში მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდა ჯერჯერობით შენელებულია, სიღარიბე იმატებს და საერთაშორისო ორგანიზაციები მთავრობას ურჩევენ, ეს დრო რეფორმების გასატარებლად გამოიყენონ. განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება მცირე და საშუალო ბიზნესზე, რომელსაც საქართველოს ეკონომიკური დოვლათის შექმნაში ძალიან მცირე - მხოლოდ 19%-იანი წილი უდევს, მაშინ, როცა მეზობელ სომხეთში ეს მაჩვენებელი 42%-ია.

დაზღვევა ერთადერთი მექანიზმია, რომ თავი დავიცვათ გაუთვალისწინებელი რისკებისა და მათგან გამომწვეული ფინანსური დანაკარგისგან. სხვადასხვა რისკებისა და საფრთხეების დაზღვევა უპირველესი საზრუნავია ნებისმიერი ბიზნესორგანიზაციისთვის. ბიზნესის მფლობელები და თანამშრომლები დარწმუნებული უნდა იყვნენ, რომ ერთ გაუთვალისწინებელ შემთხვევას არ მოჰყვება საწარმოს დიდი ხნით გაჩერება ან თუნდაც გაკოტრება.

გაუთვალისწინებელი რისკების (სტიქიური მოვლენები) გამო საქმიანობის შეფერხება ერთ-ერთი მთავარი რისკფაქტორია ბიზნესისთვის. მსოფლიოს წამყვანი სადაზღვევო ბროკერის „AON“-ის სტატისტიკით, ორგანიზაციების 80% კოტრდება, თუკი მათი საქმიანობის შეფერხების პერიოდი ერთ თვეს აღემატება.

საქართველოში მოქმედი სადაზღვევო კომპანიები რამდენიმე მიმართულებით სთავაზობენ ბიზნესორგანიზაციებს და საწარმოებს რისკების დაზღვევას და მომსახურების თითქმის სრულ სპექტრს მოიცავენ - ქონების დაზღვევა, მანქანა-დანადგარების დაზღვევა, ავტომობილების დაზღვევა, პასუხისმგებლობის დაზღვევა, უბედური შემთხვევის დაზღვევა, საქმიანობის შეფერხების დაზღვევა და ბენეფიტ პაკეტი თანამშრომლებისთვის, მაგრამ ხშირია შემთხვევები, როცა ჩვენს ქვეყანაში ბიზნესის წარმომდგენლები ან საერთოდ უარს ამბობენ სადაზღვევო პროდუქტების შეძენაზე, ან გაუთვითცნობიერებლად იძენენ ამა თუ იმ პროდუქტს. აქსიომაა, რომ ბიზნესის წარმატებული ფუნქციონირება რისკების მიზანმიმართულ მართვაზე დამოკიდებული. თუმცა, მთავარია, სადაზღვევო ურთიერთობებში კარგად გარკვევა და სასურველი და ოპტიმალური სადაზღვევო პაკეტის შერჩევა.

როგორ შევარჩიოთ ოპტიმალური სადაზღვევო პაკეტი? პირველ რიგში, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ დაზღვევას ექვემდებარება ნებისმიერი სახის უძრავი და მოძრავი ქონება, მანქანა-დანადგარები, ინვენტარი და ა.შ. მაქსიმალურად ვეცადოთ, ავირჩიოთ პაკეტი, სადაც ქონებრივი რისკების ფართო სპექტრი შედის. **მეორე,** შევეცადოთ კარგად შევაფასოთ რისკები სადაზღვევო