

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Xanməmmədli Dilarə Arzu qızı

“Sığorta siyasətinin səmərəliliyinin artırılmasında sığorta taktikasının və strategiyasının rolu” mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: İİM 060403 “Maliyyə”

İxtisaslaşmanın adı: “Sığorta işinin təşkili”

Elmi rəhbər : Prof. Bağirov D.A.

Kafedra müdiri: İ.e.d. prof. Ələkbərov Ə.Ə.

Magistr proqramının rəhbəri: İ.e.n.prof. Kərimov A.M.

B A K I – 2 0 1 6

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3
<i>Fəsil I: Sığorta siyasətinin formalaşdırılmasının metodoloji əsasları</i>	7
1.1.Sığorta siyasətinin məzmunu və nəzəri əsasları	7
1.2.Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında marketinq fəaliyyətinin əhəmiyyəti	17
<i>Fəsil II:Müasir şəraitdə sığorta şirkətlərinin sığorta taktikasının və strategiyasının işlənilib hazırlanmasının mövcud durumu</i>	31
2.1.Sığorta siyasətinin sığorta haqlarının yığılmasına təsirinin təhlili	31
2.2.Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında risklərin qiymətləndirilməsi.....	46
<i>Fəsil III.Qlobal maliyyə resessiyası mərhələsində sığorta strategiyası və taktikasının təkmilləşdirilməsi</i>	61
3.1.Qlobal maliyyə böhranı şəraitində sığorta şirkətlərinin antiböhran siyasəti	61
3.2. Azərbaycanada sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri	68
<i>Nəticə</i>	74
<i>İstifadə edilmiş ədəbiyyat</i>	76
<i>Referat</i>	77
<i>Rezume</i>	83
<i>Summary</i>	84

Giriş

Mövzunun aktuallığı. Respublikamızda sığorta sahəsində həyata keçirilən müasir islahatların əsas məqsədi və vəzifələri, hər şeydən əvvəl, milli sığorta bazarının möhkəmləndirilməsi və onun qloballaşan dünya sığorta sisteminin layiqli üzvünə çevrilməkdən ibarətdir.

Ölkəmizdə ötən il baş verən milli valyutanın devalvasiyası iqtisadiyyatın bir çox sahələrində olduğu kimi sığorta bazarına da təsirsiz ötüşmədi. Mərkəzi Bankın İdarə Heyəti 21 dekabr 2015-ci il tarixində üzən məzənnə rejiminə keçilməsi barədə qərar qəbul etdi. Bu isə manatın ABŞ dollarına qarşı kəskin ucuzlaşmasına səbəb oldu. Mərkəzi Bankın bəyanatında qeyd olunur ki, qlobal iqtisadiyyatda müşahidə olunan mürəkkəb proseslər, aparıcı mərkəzi bankların son qərarları, dünya enerji daşıyıcıları bazarlarında təklifin artması, iri iqtisadiyyata malik və əsas neft istehlakçıları olan bir sıra inkişaf edən ölkələrdə iqtisadi artımın zəifləməsi, habelə digər qlobal amillər neftin qiymətinin 2014-cü ilin iyun ayından bəri 3 dəfədən çox aşağı düşməsinə gətirib çıxarmışdır. Bütün bu proseslər qlobal iqtisadiyyata sıx inteqrasiya olunmuş Azərbaycan iqtisadiyyatına da öz təsirini göstərmişdir. Ölkənin xarici ticarət balansının müsbət saldosu və valyuta daxilolmalarının digər mənbələri kəskin azaldı.

Bütün bu proseslər bank sektorunun tənzimlənməsini, problemlərin bankların sağlamlaşdırılması prosesinin aparılması, əmanətlərin sığortalanması ilə bağlı əlavə tədbirlərin görülməsini zəruri edib. Məhz bu baxımdan da sığorta şirkətlərində mövcud vəziyyətlə bağlı sığorta siyasətinin aparılması aktual olub dissertasiya işinin mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Mövzunun öyrənilmə vəziyyəti. Tədqiqat sığorta siyasətinin həyata keçirilməsində dövlət nəzarəti ilə bağlıdır. Sığorta sektorlarında aparılan sığorta siyasəti yəni dövlətin bu sahədə nəzarəti, islahatları, dəyişiklikləri N.N.Xudiyev, B.A.Aslanov və başqaları tərəfindən araşdırılmışdır. Lakin buna baxmayaraq respublikamızda sığorta siyasətinin

hazırlanmasında sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanması kifayət qədər tədqiq olunmamışdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın əsas məqsədi sığorta siyasətinin səmərəliliyinin artırılmasında sığorta taktikasının və strategiyasının rolunu müəyyənləşdirmək, eləcə də taktika və strategiyanın hazırlanmasında marketing fəaliyyətinin əhəmiyyətini, sığorta risklərini qiymətləndirməkdən ibarətdir. Sığorta siyasətinin aparılmasında dövlət tənzimlənməsinin istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və dünya təcrübəsi istiqamətləri əsasında elmi cəhətdən əsaslandırılmış təklif hazırlamaqdan ibarətdir.

Dissertasiya işində qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr yerinə yetirilmişdir:

- Sığorta siyasətinin nəzəri əsasları öyrənilir
- Sığorta taktikası və strategiyasının hazırlanmasında marketing fəaliyyətinin əhəmiyyəti qiymətləndirilir, marketing fəaliyyətinin həyata keçirilmə mərhələləri araşdırılır. Dünya təcrübəsində marketing fəaliyyətində istifadə olunan müxtəlif sloqanlarla və ya təsirli video çarxlarla insanlarda sığortaya inam yaratmağın mümkün olduğu nümunələrlə izah olunur.
- Sığorta siyasətinin sığorta haqlarının yığılmasına təsiri tədqiq edilir. Sığorta haqlarının sığorta sinifləri və sığorta şirkətləri üzrə illər üzrə necə dəyişildiyi təhlil edilir.
- Sığorta risklərinin qiymətləndirilməsində sığorta taktikasının və strategiyasının rolu qiymətləndirilir. Sığorta risklərinin makro və mikro səviyyədə idarə edilməsi müəyyən edilir. Təkrarsığortanın sığorta əməliyyatlarının maliyyə sabitliyini təmin edən əsas şərtlərdən biri olması araşdırılır.
- Milli valyutanın devalvasiyası şəraitində sığorta siyasətinin perspektivləri müəyyən edilir.

- Qlobal maliyyə ressesiyası mərhələsində sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi isitiqamətləri müəyyən edilir.

Tədqiqatın predmeti. Tədqiqatın predmeti sığorta fəaliyyəti, onun iqtisadi və hüquqi aspektləridir.

Tədqiqatın obyektı. Milli sığorta bazarı seçilmişdir.

Tədqiqat işinin informasiya bazası. Tədqiqatın informasiya bazasını “ Sığorta fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Dövlət Statistika Komitəsinin ,Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən sığorta təşkilatlarının materialları,Dövlət Sığorta Nəzarəti Xidmətinin ümümləşmiş illik hesabatları təşkil etmişdir.Tədqiqat işində müxtəlif dövrü nəşrlər həmçinin internet şəbəkəsinin informasiya bazasından da istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- ❖ Sığorta siyasətinin nəzəri-metodoloji məsələləri araşdırılır.
- ❖ Milli sığorta bazarının formalaşması prosesində sığorta fəaliyyətinin tənzimlənməsinin kompleks-sistemli halda həyata keçirilməsi zəruriyyəti sübut edilmiş və tənzimləmə prosesinin müxtəlif mərhələlərində dövlətin rolu və iştirakının qabaqcıl təcrübədən yararlanmaqla təkmilləşdirilməsi mexanizmi əsaslandırılmışdır.
- ❖ Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında marketinqin rolu müəyyən edilir.
- ❖ Sığorta bazarlarını ölçmək və müqayisə etmək üçün beynəlxalq praktikada bir neçə metoddan istifadə olunması təhlil edilir.
- ❖ Sığorta fəaliyyətinin mühüm institusional seqmentlərindən olan təkrarsığortanın rolu müəyyənləşdirilmiş və sığorta təşkilatlarının maliyyə sabitliyinin əsası olduğu sübut edilmişdir.Azərbaycanda və dünyada sığorta bazarlarının digər dövlətlərin sığorta bazarlarından asılılıq dərəcəsi, qarşılıqlı münasibətlər səviyyəsi öyrənilmişdir.
- ❖ Ölkə iqtisadiyyatının mövcud vəziyyəti nəzərə alınaraq sığorta siyasətinin perspektivləri araşdırılır.

- ❖ Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyən edilir və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması üçün təkliflər verilir.

İşin həcmi və strukturu. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və 22 adda istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla 77 səhifədir. Dissertasiya işində 8 cədvəl və 3 diaqramdan istifadə olunmuşdur.

I Fəsil. Sığorta siyasətinin formalaşdırılmasının metodoloji əsasları

1.1. Sığorta siyasətinin məzmunu və nəzəri əsasları

Sığorta işi iqtisadi münasibətlərin əsas elementlərindən biridir. Bir sıra spesifik funksiyalar yerinə yetirdiyindən maliyyə münasibətlərinə aid edilir. Müstəqil olan subyektlər belə istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin fasiləsizliyinə təminat qazanmaqdan ötürü sığorta müdafiəsinə hər zaman ehtiyac duyurlar. Məhz bu səbəbdən həmin təsərrüfat subyektlərinin əmlak maraqları məsələsi qarşıya çıxır. Qeyd edək ki, təsərrüfat subyektlərinin əmlak maraqları dedikdə, ilk növbədə, əmlaka sahib olmaq, sərəncam vermək və eyni zamanda istifadə etmək sahəsində, habelə bunlarla bağlı olan mülki məsuliyyəti, həmçinin də müxtəlif gəlir mənbələri ilə bağlı əmlak maraqları başa düşülür. Əmlak maraqlarına zərər vurulması dedikdə isə, onun əmlakının məhv olmasında və ya qismən zədələnməsində, gözlənilməyən maliyyə öhdəliklərinin yaranmasında və ya gəlirin (mənfəətin) itirilməsində öz konkret əksini tapır.

Bu zərərlər müxtəlif səbəblərdən baş verə bilər. Belə bir halın baş verməsi həm əmlak sahibinin öz səhlənkarlığı, həm də müxtəlif gözlənilməz hadisələr səbəbindən olur. Bu hallar əmlak sahibinin maraqlarına zərər yetirə biləcək risklər adlandırılır. Təbii ki, risklər bir-birindən fərqlənir. Məsələn, kapitalın yeni istehsala investisiyası ilə bağlı olan və mənfəət əldə edilməsi (və ya edilməməsi) ilə əlaqədar sahibkarlıq risklərini, ticarət, maliyyə və s. əməliyyatların aparılması zamanı tərəfdaşlar arasında yaranan təsərrüfat fəaliyyətilə bağlı riskləri və nəhayət, təsərrüfat subyektlərinin iradəsindən asılı olmayan bədbəxt hadisə xarakteri daşıyan hallarla bağlı olan sığorta risklərini bir-birindən fərqləndirilir. Bizə məlumdur ki, hər bir təsərrüfat subyekti, ona dəymiş zərərin kompensasiya mənbəyində maraqlıdır. Bu da son nəticədə xüsusi sığorta marağının olmasını şərtləndirir.

Sığorta işi dedikdə ixtisaslaşmış təşkilatlar tərəfindən (sığortaçı) sığorta iştirakçılarının (sığorta etdirən və olunanlar) iqtisadi maraqlarına dəyər biləcək zərərlər üzrə risklərin yenidən bölgüsünü xarakterizə edən iqtisadi fəaliyyətin xüsusi növünü başa

düşürük. Sığorta olunanlar arasında risklərin bölgüsü dedikdə isə sığorta fondunun yaradılması yolu ilə dəymiş zərərlərin ödənilməsində həmrəy (birgə) iştirak başa düşülməlidir. Əsas şərt kimi sığortaçıya sığortalı tərəfindən vaxtlı-vaxtında sığorta haqqlarının köçürülməsi çıxış etməlidir. Belə olmayan halda yenidən bölgü prosesini təşkil etmək qeyri - mümkün olardı. Bu o demək deyil ki, sığorta tədiyyələri kifayət etmirsə, sığorta təşkilatı dəymiş zərərləri ödəmiyəcək. Sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi bir növü olan sığorta fəaliyyəti, sığortaçının həm sığorta fondu, həm də xüsusi mənbələri hesabına dəymiş zərərlərin mütləq ödənilməsini və kompensasiya etməsini özündə əks etdirir.

Sığorta işinin tarixinə nəzər salsaq görərik ki, sığortanın ilkin formalarının yaranması çox qədim zamanlara gedib çıxır. Quldarlıq dövründə sığorta müqaviləsinə məxsus bir sıra könüllü sazişlər olmuşdur. Çox qədim sığorta qaydalarına Talmuda kitanlarının birində rast gəlinir. Amma onu qeyd edək ki, sığortanın tarixi İtaliyada gəmiçiliyin inkişafı ilə əlaqədar olaraq e.ə. XIII əsrin əvvəllərindən başlayır. O zamandan sığortaya məhz zərərlərin əvəzinin ödənilməsinə yönəldilmiş maliyyə fəaliyyəti kimi baxılmağa başlanılır. Sığorta əməliyyatlarına bənzər əməliyyatlar ilkin olaraq qədim Şumerdə (Mesopotomiyada əyalət – e.ə. 4-3 minilliklərdə artıq Mesopotomiyada («iki çay, yəni Dəclə və Fərat çayları arasında») Ur, Uruk və Laqaş kimi ilk sinifli cəmiyyətlər-dövlətlər yaranmışdı) ortaya çıxır; daşınma müddətində yüklərinin məhv olmasına qarşı onların maraqlarını qorumaq məqsədilə yerli tacirlərə maliyyə təminatı və ya pul məbləği (borc şəklində və ya ümumi xəzinə yaradılması formasında) verilirdi. Daha sonralar, Babilə (bizim e.ə XIX-XI əsrlərdə Mesopotomiyada şəhər, Babilistanın paytaxtı) «borc verən tacirlər» adlı xüsusi qrup meydana gəldi. Onlar, «uzun müddətli səyahətə çıxan» (o zaman idxal-ixrac əməliyyatlarını məhz belə adlandırıdılar) öz həmkarlarına borc verir və daşıma müddətində yük oğurlandıqda və ya məhv olduqda verdikləri pulu geri tələb etmirdilər. Aralıq dənizində sürətlə inkişaf edən dəniz ticarəti sığortanın ilkin formalarının inkişafına zəmin yaratdı. Yunan oratoru Demosfen (təqribən e.ə. 384-322) öz yazılarında Afinada formalaşmış belə bir praktikadan bəhs edirdi; ssuda alan tacir aldığı ssudanı yalnız öz işlərini (səyahətini) uğurla başa vurduqda qaytarırdı və bu zaman aldığı borcdan

əlavə 30% əlavə haqq ödəyirdi. Bu olduqca ağır bir faiz idi. Bu əməliyyat sığorta adlandırmaq mümkün olmasa da, artıq sığortanın müəyyən ünsürləri özünü biruzə verirdi. Qədim dövrdə Misir piramidaları, firon ehramları, Solomon (təqribən e.ə. 970-931) qəsri kimi tikintilərdə işləyən fəhlələr bədbəxt hadisə nəticəsində bədən xəsarəti alan və ya həlak olan yoldaşlarının və ya onların ailələrinin xeyrinə qarşılıqlı yardım xəzinəsi (kassası) təşkil edirdilər. Bu isə artıq fərdi qəza sığortasının ilkin ünsürlərini özündə əks etdirirdi. Roma imperiyası dövründə hakimiyyət təmsilçilərinin özləri mal göndərən və tacirlərlə xüsusi protokollar imzalayaraq, silah və həyati əhəmiyyətli mallar daşıyan gəmilərin, hərbi əməliyyatlar və ya qasırğa nəticəsində məhv olması və ya zədələnməsi zamanı İspaniyadakı legionerləri həmin mallarla təchiz etməyi öhdələrinə götürür və beləliklə müəyyən risklərə qarşı qərant kimi çıxış edirdilər. Aralıq dənizindəki uzun səyahətlər üçün yükün və ya gəminin dəyərinin 50 % - i və ya daha artıq məbləğində ssuda verilirdi (usura infinitae). XII əsrin sonları - XIII əsin əvvəllərində müşahidə olunan iqtisadi tərəqqi vəziyyətində faktiki olaraq qeyri-məhdud təsirə malik olan Roma katolik kilsəsi gün – gündən artan borc vermə və sələmçiliyin inkişafından kənarda qala bilməzdi. 1234-cü ildə Müqəddəs Yazıya (əhdi-cədid) müvafiq olaraq papa IX Qriqorinin dekreti ilə sələmçiliklə bağlı olan bütün əməliyyatlar qadağan edildi. Lakin iqtisadiyyatın inkişafı üçün ssuda və borcların (kredit) zəruriliyini anlayan papa bir müddət sonra öz qərarını dəyişərək, yalnız ağlabatan faizlərlə sələmçiliyə icazə verir və bu qərarı ilə «ağlabatan dərəcə» nəzəriyyəsinə yol açmış oldu. Həmin nəzəriyyənin mahiyyəti ondan ibarət idi ki, alınan gəlir (faiz) borc alan tacirə yaxud hər hansı digər təsərrüfat subyektinə göstərilən xidmətə mütənasib olmalıdır. Bununla yanaşı öz yaxın qohumuna faizlə pul verməyə yol verilmirdi. Sələmçiliyi ləğv etməklə və məhdudlaşdırmaqla kilsə, dəniz ticarətinin inkişafını ləngitmiş olsa da, riskdən ən effektiv sistemin – sığorta müqaviləsinin ortaya çıxmasına kömək etdi. Kilsənin ilk qərarından sonra tacir-bankirlər rəsmi qadağandan yan keçməyə cəhd göstərirdilər. Jan Favye «Qızıl və ədviyyat» əsərində genuyalı tacir Benedetto Zaxariya haqqında maraqlı bir hekayədən bəhs edirdi. Hekayədə göstərilirdi ki, 1298-ci ildə o, öz həmvətəninə -

Bryuqeyə çatdırılmaq üçün 30 ton duz satır. Həmin müqavilənin digər hissəsində nəzərdə tutulurdu ki, yük təyinat limanına çatdırıldıqdan sonra Zaxariya həmin malı əvvəlcədən razılaşdırılmış, lakin satış qiymətindən artıq qiymətə yenidən almaq öhdəliyi daşıyır. Bu şəkildə yükləmə (göndərmə) limanı ilə təyinat limanı arasında Zaxariya yalnız öz gəmisi üçün riskə girmiş olurdu. Təkrar satın alma qiyməti ilə ilkin satış qiyməti arasındakı fərq «riskin qiymətini» təşkil edirdi və kilsə tərəfindən qadağan edilmiş ssuda faizini əvəz edirdi. Belə sxemlər vasitəsilə tacirlər, dənizçilər və borc verənlər ilkin sığorta müqavilələrinin ortaya çıxmasına şərait yaratmış oldular. Yük daşıyanlar gəminin, yükün və daşımanın müddətindən asılı olaraq tacirlərə və bankirlərə «riskin qiymətini» - əlavə pul məbləği ödəyirdilər. «Riskin qiyməti» daha sonra sığorta mükafatı (premiyası) adlanmağa başladı (latınca «Preamium» sözündən). Beləliklə sığortaçılıq peşəsi yarandı. 1559-cu ildə ingilis parlamentinin ilk iclasını açan Nicholas Baconun işlətdiyi cümlə bu gün də öz aktuallığını qoruyur: «Qoy təhlükələrlə dolu səyahətə çıxan hər bir ağıllı alıcı pulunun digər hissəsini qorumaq üçün, onun bir hissəsini ayırsın». Bu cümlə özlüyündə sığortanın əsas məqsədini əks etdirir. Qarşılıqlı yardımlaşma forması kimi sığorta hələ bəşəriyyət tarixinin ilk vaxtlarından mövcud olmuşdur. Qədim yunanların apardıqları borc əməliyyatlarını bunun prototipi saymaq olardı. Hələ Demosfen qədim yunanların dəniz ticarətində mövcud olan təcrübələri haqqında ətraflı yazmışdır. Belə ki, gəminin icarəyə götürülməsi üçün ssuda verilir, daha sonra əgər səyahət müvəffəqiyyətlə başa çatdırlıdysa, ssuda faizi ilə birgə qaytarılır, əks halda, yəni dənizdə bədbəxt hadisə olduqda isə ssuda ümumiyyətlə qaytarılmırdı. Faiz o qədər yüksək müəyyən edilmişdi ki, onlardan yığılan kapital dəniz risklərinə təminat vermək üçün istifadə edilə bilərdi. Müasir sığorta şirkətlərinə bənzər institutlar ilk dəfə XII əsrdə Islandiyada yanğına və mal-qaranın tələf olmasına qarşı birgə təminatı həyata keçirmək üçün meydana gələn kəndli ittifaqları olmuşdur. Ittifaqlar adətən 20 varlı kəndlidən ibarət olur və bədbəxtlik baş verdikdə zərərin əvəzinin bir hissəsi material və işlə, digər hissəsi isə pulla ödənilirdi. Lakin, Islandiya ittifaqları dəniz sığortasının daha çox məşhur olduğu Avropa ölkələrində geniş yayıla bilmədi. Artıq, 1300- cü ildə Belçikada sığorta mükafatı müqabilində dəniz

risklərinin birbaşa ödənilməsi praktikası formalaşmışdı. Bu günki mənada sığortaya isə yalnız XIV əsrdə dəniz ticarətinin çox geniş yayıldığı İtaliyada rast gəlinir. Sığorta hüququ tarixində ilk sığorta şəhadətnaməsi (polisi) kimi qəbul edilən müqavilə 23 oktyabr 1347- ci ildə Genuyadan Mayorkaya yola düşən «Santa Klara» adlı gəminin daşdığı yükü «sığortalamaq» məqsədilə bağlanmışdı. XV əsrdə isə Londondan qitəyə və geriye müntəzəm gəmiçilik üçün sığorta tarifləri müəyyən edildi, sığorta qanunvericiliyi formalaşdı və 1435- ci ildə sığorta sahəsində ilk qanun olan Barselona Fərmanı verildi. Artıq XV əsrin sənədlərində biz o dövrün müfəssəl işlənmiş sığorta qanunvericiliyi külliyyatının olduğu haqqında məlumatlardan xəbərdar oluruq. 1601 ci ildə dəniz risklərinin sığortası üzrə mübahisəli məsələlərinin həll edilməsi üçün İngiltərə Parlamenti yanında komissiya yaradıldı. 1680- ci ildə İngiltərədə tarixdə ilk dəfə olaraq yanğından sığorta üzrə şirkət təsis edildi. Sığorta işinin inkişafında növbəti mühüm addım XV əsrin sonunda Avropada «yanğın ortaqlıqları» (Brangilden) adlanan birgə sığorta cəmiyyətlərinin meydana gəlməsi idi. Bu cəmiyyətlərin qeyri-kommersiya qurumu kimi nadir qurum olmasını Alman sığorta nəzəriyyəçisi prof. A. Manes 1910-cu ildə belə ifadə edirdi: «Səhmdar cəmiyyətlər demək olar ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrində tətbiq edilir, birgə cəmiyyətlər isə demək olar ki, sığortaya xasdır». XVII əsrin sonlarından etibarən isə səhmdar şirkətlər ortaya çıxmağa başladı. İlk belə şirkət 1602- ci ildə yaranan «Holland-ostind ortaqlığı» olmuşdur. Lakin, bədbəxt hadisələr, fəlakətlərin miqyası, ölüm və s. üçün statistikanın aparılmasının dəqiq elmi metodlarının olmamasına görə, sığorta gəlirli bir iş olsa da olduqca riskli idi. Yalnız bu gün sığorta işində iqtisadi, statistik təhlil metodlarının, sığorta qanunvericiliyi sahəsində sənədlər toplusunun, sığorta qaydalarının olmasını nəzərə alaraq, siz artıq cürətlə sığorta şirkətlərinə etibar edə bilərsiniz. Azərbaycanda sığortanın inkişafı XIX əsrin ortalarında başlanmışdır ki, bunun da əsas stimül verici qüvvəsi neft idi. Azərbaycanda bu dövrdə fəaliyyət göstərən əsas sığorta şirkətləri xarici ölkələrin sığorta şirkətlərinin Azərbaycandakı filialları olmuşdur. Bunlara misal kimi, İngiltərənin «Lloyd» şirkətini (əsasən dəniz gəmilərinin sığortası), «Rus Lloyd» şirkətini, «Alman Levant Xətti» cəmiyyətini (gəmi və yüklərin

sığortası) göstərmək olardı. 1912- ci ilə olan məlumata görə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sığorta təşkilatlarının sayı 30 - a çatırdı. Sovet hakimiyyəti qurulduqdan sonra isə 1922-ci ildən başlayaraq bütün SSRİ-də sığorta dövlət inhisarına alındı. Bəhs etdiyimiz kimi, Sovet Hakimiyyəti dövründə dövlət monopoliyasında olan və Avropa standartlarından çox geri qalan sığorta 1991-ci ildən başlayaraq yenidən inkişaf etməyə başladı və bu sahədə bir sıra qanunlar və qanunvericilik aktları qəbul edildi. Beləliklə bazar iqtisadiyyatı mexanizminə ayaq uyduran sığorta bazarı formalaşmağa başladı.

Sığorta bazarımız 1992-ci ilin əvvəllərindən formalaşmağa başlamışdır. İlk dəfə olaraq Sığorta haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu isə 1993-cü ildə qəbul olunmuşdur. Bazar münasibətlərinə keçid şəraitində isə sığortanın təşkili prinsipləri köklü şəkildə yenidən həyata keçirilir. Sığorta sahəsində inhisar aradan qaldırılır, sığorta bazarı formalaşır, əhali arasında sığorta xidmətləri genişlənir və onun keyfiyyətinin hərtərəfli yüksəlməsi üçün şərait yaranır.

1999-cu ildə isə Azərbaycan Respublikasının yeni Sığorta haqqında qanunu qəbul edilmişdir. Bu isə sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsi üçün hüquqi baza rolunu yaratmışdır.

Sığorta dedikdə-Sığortalının əmlakı, həyatı, sağlamlığı, mülki məsuliyyəti ilə əlaqədar olan əmlak mənafeələrinin müdafiəsi sahəsində riskin ötürülməsinə və bölüşdürülməsinə əsaslanan münasibətlər sistemi başa düşülür.

Sığorta münasibətləri iki böyük qrupa bölünür - Həyat və Qeyri-həyat sığortası. Həyat sığortası-sığortalının ölümü, sağlamlığını, iş qabiliyyətinin, qocalığa, yaxud əliliyə görə tamamilə və qismən itirilməsi halları üçün aparılan sığortadır. Həyat sığortası üzrə müqavilə bitdikdə və ya sığorta hadisəsi baş verdikdə sığorta məbləği sığorta müqaviləsində müəyyən edilmiş qaydada və şərtlərlə sığortalıya qaytarılır. Qeyri-həyat sığortası üzrə sığorta hadisəsi baş verdiyi zaman sığortalıya vurulan zərər ödənilməklə onun məsuliyyəti, əmlakı və mənafeələri ilə bağlı riskləri sığortalanır. Sığorta münasibətləri ən azı iki şəxsin iştirakı ilə yaranır. Bunlardan biri dəymiş(dəyə biləcək) ziyanın ödənilməsi ilə sığorta fondu yaradan və onu özünəməxsus prinsip və

metodlarla idarə edən şirkət, müəssisə(sığorta şirkəti), digəri isə özünün əmlakını, həyatını və ya digər risklərinin sığortalamaq məqsədilə həmin maliyyə fonduna sığorta haqqı ödəyən şəxsdir. Sığortada üç sahə ayrılır - əmlak, şəxsi, məsuliyyət sığortası.

Müasir dünya sığorta təsərrüfatı sığorta xidmətləri və məhsullarının istehsalı, bölgüsü, satışı və istehlakı ilə məşğul olur. Xarici müəlliflər bu sistemi bəzən “Dünya Sığorta İqtisadiyyatı” adlandırırlar. Müasir telekommunikasiyalar üzrə yeni texnologiyaların hər şeydən əvvəl internetin inkişafı virtual sığorta iqtisadiyyatının inkişafına güclü təkan vermişdir. Məsələn, bəzi məlumatlara görə, dünya sığorta bazarının internet dövriyyəsi 250,0 mln. ABŞ dolları həcmindədir. Deməli, bu cür yüksək tempdə inkişaf edən sığorta bazarında geri qalmamaq, onun layiqli hissəsinə çevrilmək üçün milli sığorta sistemimizin qarşısında çox böyük və sözün həqiqi mənasında gərgin vəzifələr durur.

Qarşımızda respublika sığorta sisteminin Avropa Şurasının sığorta üzrə direktivlərinə uyğun olaraq dünya standartlarına yaxınlaşdırılması vəzifəsi durur. Bu proses həm sığorta üzrə qanunvericiliyin, həm təlimat və normativlərin, həm də yüksək ixtisaslı sığorta kadrlarının hazırlanması ilə bağlı olacaqdır. Bu məqsədlə ölkədə sığorta siyasəti həyata keçirilir. *Sığorta siyasəti*-iqtisadi siyasətin tərkib hissəsidir. Sığorta siyasəti dövlətin sığorta sistemi vasitəsilə həyata keçirdiyi tədbirlərin məcmusudur.

Sığorta siyasəti sığorta münasibətləri sistemində dövlətin müvafiq strukturları tərəfindən həyata keçirilən sığorta tədbirlərinin məcmusudur. Cəmiyyətdə qarşıya qoyulan məqsədlərin xarakterindən və həll olunması metodlarından asılı olaraq sığorta siyasəti iki yerə ayrılır:

- Sığorta strategiyası;
- Sığorta taktikası

Sığorta strategiyası-Uzunmüddətli perspektivə hesablanan və bir qayda olaraq iri miqyaslı məsələlərin həllini nəzərdə tutan sığorta siyasətinin uzunmüddətli xəttidir.

Sığorta taktikası isə sığorta münasibətlərinin və əlaqələrinin forma və metodlarını dəyişdirmək yolu ilə cari vəzifələrin yerinə yetirilməsinə yönəldilir. Sığorta taktikası

sığorta strategiyasının ən mühüm sahələrində qarşıya çıxan maliyyə məsələlərinin həlli metodlarıdır. Sığorta taktikası həm mikro, həm də makro səviyyədə həyata keçirilə bilər. *Mikro səviyyədə* sığorta taktikası dedikdə - Konkret sığorta şirkətində aparılan sığorta taktikası, yəni sığorta şirkətində aparılan nəzarət, *makro səviyyədə* sığorta taktikası dedikdə isə - dövlət səviyyəsində aparılan sığorta taktikası yəni dövlətin nəzarəti başa düşülür. Sığorta strategiyası nisbi sabit olduğu halda sığorta taktikası çevik olmalıdır. Sığorta siyasətinin strategiyası və taktikası qarşılıqlı surətdə əlaqədardır.

Sığorta siyasəti dedikdə həmçinin sığorta sektorunda aparılan dövlət nəzarəti, dövlət tənzimlənməsi, islahatlar, yeniliklər nəzərdə tutulacaq.

Respublikamızda milli sığorta sisteminin formalaşması və inkişafı həm strateji, həm də taktiki yönümdə dəyərləndirilməlidir.

Strateji istiqamət - hər şeydən əvvəl, sığorta sisteminin bazar iqtisadiyyatının tələbləri səviyyəsində qurulması, onun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, tədiyyə qabiliyyətli şirkətlərin böyük həcmli riskləri qəbul etmək imkanının formalaşmasını, milli sığorta bazarının özünüqoruma və sabit inkişaf potensialının reallaşmasını və s. bu tipli məsələlərin təmin edilməsini başa düşürük.

Taktiki istiqamət - strateji məqsədlərə çatmaq üçün atılan konkret tədbirlərdən ibarətdir. Belə tədbirlər həm qanunvericilik və normativ-hüquqi sənədlər səviyyəsində, həm də icra prosesində həyata keçirilə bilər.

Sığorta bazarının səmərəli, etibarlı, ədalətli və sabit tərzdə fəaliyyət göstərməsi və sığorta sektorunun dayanıqlı inkişafı üçün ölkədə sığorta tənzimlənməsi və sığorta nəzarəti sistemi mövcud olmalıdır.

Azərbaycan Respublikasında dövlət sığorta nəzarəti orqanı funksiyasını **Maliyyə Nazirliyinin Dövlət Sığorta Nəzarəti Xidməti** həyata keçirir.

Dövlət sığorta nəzarətinin üç sistemi fərqləndirilir:

1. Aşkarlıq
2. Normativ sistem
3. Maddi dövlət nəzarət sistemi

Aşkarlıq sistemi sığorta müəssisələrinin sığorta işində maraqlı olan şəxslərin nəzarətinə məruz qalmalarına, dövlət isə nəzarətin həyata keçirilməsi üçün bu şəxslərə lazım olan və sığorta müəssisələri tərəfindən təqdim olunan materialların səhihliyini, onların nəşr etdirilməsini təmin etməsinə əsaslanır.

Normativ sistemdə dövlət müəyyən tələbləri qanun səviyyəsinə qaldırır. Nəzarət orqanının əsas vəzifəsi bu normaların riayət olunmasına nəzarətdən ibarətdir.

Dövlətin maddi nəzarət sistemi özündə həm aşkarlıq, həm də normativ sistemin əsaslarını birləşdirir. Ümumiyyətlə, dünya təcrübəsində sığorta nəzarətinin üç sistemi fərqləndirilir:

- ✓ Şəffaf sistem
- ✓ Normativ sistem
- ✓ Maddi nəzarət sistemi

Respublikamızda hər üç sistemin elementlərini birləşdirən dövlət sığorta nəzarəti formalaşmışdır, lakin istənilən halda əsas məqsəd sığortalıların maraqlarının tam və dolğun ödənilməsinə yönəldilməlidir.

Bizcə, sığorta nəzarətinin nəticəli və təsirli olması üçün aşağıdakı tədbirlər yerinə yetirilməlidir:

-  Nəzarət sisteminin sabilliyi
-  Nəzarət funksiyalarının yerinə yetirilməsinə imkan verən qanunvericiliyin şəffaflığı və aydın olması
-  Qanunvericilikdə nəzərdə tutulan sanksiyaların tətbiqinin məcburi və qaçılmaz olması
-  Nəzarətin daha çox idarəetmə və tənzimləmə aləti kimi istifadə olunması

İnkişaf etmiş iqtisadiyyata malik olan ölkələrdə sığorta fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi təcrübəsini ümumiləşdirərək, aşağıdakı məqamların xüsusilə qeyd olunması zəruridir:

❖ Sığorta bazarlarının fəaliyyətinin reqlamentləşdirilməsi sığorta olunanların maraqlarının qorunması və onların işində aşkar edilən nöqsanların aradan qaldırılması zərurətindən irəli gəlir.

❖ Tarif dərəcələrinin təşkili sahəsində rəqabətin mənfi nəticələrinin “yumşaldılması”və ləğv edilməsi üçün sığorta tədiyyələrinin vahid dərəcələrinin işlənilib hazırlanması mühüm bir şərtidir.

❖ Sığorta qanunvericiliyi sığorta şirkətlərinin tədiyyə qabiliyyətliliyinə zəmanət verməyə borcludur.Burada əsas rol lazımi həcmli ehtiyat fondları oynamalıdır.Bu,o cümlədən vəsaitlərin sığorta sektorunda cəmləşdirilməsi,iri şirkətlərin birləşməsi yolu ilə mümkün olur.

❖ Reqlamentasiyanın vacib cəhətlərindən biri də vasitəçilərin(sığorta agentləri və brokerlərin)fəaliyyətidir.Sığorta agentləri geniş kütlə qarşısında iştirakı təmsil edirlər.Onlar şirkətin rəhbər tutduğu prinsipləri dəstəkləyərək,verilən tövsiyələrə görə məsuliyyət daşımalı və sığorta biznesində müəyyən işlərin həyata keçirilməsi üçün xüsusi hazırlıq keçməlidirlər.

Əlbəttə,sözsüz ki,AB ölkələrinin təcrübəsinə istinad edərək,bu normaları ölkəmizdə sığorta bazarının tənzimlənməsi və nəzarəti işinə mexaniki surətdə tətbiq etmək olmaz.Lakin bu təcrübə sığorta bazarının fəaliyyətinə dövlət nəzarətinin əsas və zəruri istiqamətlərini müəyyən etməklə,qanunvericilərin diqqətini mütləq cəlb etməlidir.Bu,ilk növbədə.sığorta təşkilatlarının tədiyyə qabiliyyəti,sığortalılar və səhmdarların müdafiəsi,sığorta tədiyyələri dərəcələrinin,sığorta agentləri və brokerlərin işinin keyfiyyətinin ciddi tənzimlənməsi ilə bağlıdır.¹

¹İqtisadiyyat və Audit. Prof.N.N.Xudiyev/2006-səh.30-32

1.2.Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında marketing fəaliyyətinin əhəmiyyəti.

Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında marketing fəaliyyətinin mühüm rolu vardır.Bildiyimiz kimi marketing sığorta siyasətinin ayrılmaz tərkib hissəsidir.Çünki intensiv inkişaf sağlam rəqabət şəraitində baş verə bilər.Sığorta bazarında təklif olunan xidmətlər digər bazarlardakı xidmət təkilifindən çox fərqlidir.Sığorta xidməti spesifik əmtəədir.Yəni adi əmtəə bazarında satılan məhsulun keyfiyyəti,xarakterik və spesifik xüsusiyyəti alıcı tərəfindən yoxlanıla bilər,lakin sığorta xidməti bu cür xarakterik xüsusiyyətə malik olmur.Ən sadə şəkildə desək, sığorta məhsulunun satılması yeni sığortalanma prosesində sığortaçı ancaq müəyyən mülahizələri satır-Sığortalının həyatına,sağlamlığına və ya maddi əmlakına müəyyən zərər yetirilərsə(sığorta hadisəsi baş verərsə).onda sığortaçı vəd etdiyi məhsulu yeni sığorta xidmətini sığorta müqaviləsində göstərilən şərtlər daxilində sığortalıya dəymiş zərər nəticəsində müəyyən məbləği ona verəcəkdir.Elə bu səbəbdən də sığorta sahəsində marketingin öz xüsusiyyətləri olur.Sığorta xidmətinin satışı mürəkkəbdir.Ona görə də marketing sığorta şirkətlərinin fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi metodu və sığorta xidmətləri bazarının tədqiqi metodu kimi son dərəcə vacibdir. Sığortaçının marketinginin mərkəzində sığorta xidmətinin sığortaçıdan sığortalıya çatdırılmasına və onun inkişaf etdirilməsinə yönəldilmiş satış fəaliyyəti təşkil edir. Lakin marketingin vəzifəsi bununla məhdudlaşmır. Sığorta şirkətinə öz strategiyasını və taktikasını müəyyən etmək zəruridir. Sığortaçı sığortalıların arzu və istəklərini, sığorta bazarının tələblərini nəzərə alaraq, ictimai və fərdi tələblərin dəyişməsinə çevik reaksiya verməklə, hansı sığorta xidmətinin hansı həcmdə göstərilməsini müəyyən edir.

Praktiki marketing aşağıdakı istiqamətlərdə aparılır:

- 1) Müəyyən sığorta xidmətinin göstərilməsinin zəruriliyini və məqsədəuyğunluğunu əsaslandırmaq
- 2) Sığorta xidmətlərinə tələblərin formalaşdırılması
- 3) Müştərilərin sığorta tələblərinin formalaşdırılması

- 4) Qiymətqoyma
- 5) Sığorta fəaliyyətinin nizama salınması
- 6) Sığorta xidmətlərinin inkişafı şəbəkəsinin təşkil edilməsi
- 7) Şirkətin istehsalat,satış və maliyyə fəaliyyətinin koordinasiyası və planlaşdırılması
- 8) Sığortalıların tələblərinə cavab verən yeni sığorta xidmətlərinin yaradılması üzrə işlərin təşkili
- 9) Şirkətin fəaliyyətinin tənzim edilməsi və istiqamətləndirilməsi
- 10) Sığorta xidmətlərinin həyata keçirilməsi və qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmaq üçün cari operativ rəhbərlik

Strateji marketing aşağıdakı əsas vəzifələri yerinə yetirir: şirkət öz gələcəyini qurmaq istədiyi fəaliyyət yolları və sığorta xidməti növlərinin perspektiv istiqamətlərinin seçilməsi, nüfuzlu firma markasının və imicinin formalaşdırılması, qiymət siyasətinin müəyyən edilməsi;

Taktiki marketing xidmətin istehlakçıları ilə əlaqələr sisteminin yaradılmasına, ictimaiyyətlə qarşılıqlı əlaqələrin qurulmasına, satışın forma və metodlarının təmin edilməsinə (sığorta xidmətlərinin göstərilməsinə), qarşıya qoyulmuş strateji məqsədlərə uyğun olaraq satışın idarə edilməsinə yönəldilmişdir. Marketingin strategiyasının və taktikasının əsas məqsədi şirkətin sığorta bazarında payının artırılmasından, tələbin dinamikasına daimi nəzarətin həyata keçirilməsindən, şirkətin biznesinin, onun strateji proqramının və taktiki rəqabət mübarizəsinin bazar tələblərinin və sığortalıların, sığorta işinin aparılması şərtlərinin dəyişməsinə uyğun olaraq vaxtlı vaxtında adaptasiyasından ibarətdir. Ümumiyyətlə sığorta şirkətlərinin marketing fəaliyyətinin strateji planlaşdırma nəzəriyyəsi özündə aşağıdakıları birləşdirir:

- ▣ Qarşıya qoyulmuş məqsədlər sistemini-missiyanı, ümumtəşkilati və spesifik məqsədləri
- ▣ Resursların bölüşdürülməsinin prioritet prinsiplərini
- ▣ Təşkilati fəaliyyətin icrasının qaydalarını

Adətən şirkətin strategiyası bir neçə il sonra üçün proqnozlaşdırılır və ayrı ayrı layihələr, proqramlar və praktiki fəaliyyətlər üçün konkretləşdirilir. Şirkətin strateji hədəflərinə nail olunmasında həmin təşkilatın resurslarının maddi, maliyyə, informasiya və kadr resurslarının əhəmiyyəti vardır. İnkişaf etmiş bazar şəraitində sığorta şirkətinin strateji planlaşdırılmasında onların potensialının xüsusi önəmi vardır. Bura eyni zamanda onun fəaliyyət miqyasının genişləndirilməsi, innovativ fəaliyyətin həcmi və işgüzar aktivliyi aid edilir. Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin strateji planlaşdırılması aşağıdakı məqsəd və hədəflərə çatmağa xidmət edir:

- ✕ Bazarın nəzarətedici rolunun artırılması
- ✕ İstehlakçıların tələbatlarının əvvəlcədən müəyyənləşdirilməsinə şərait yaradır
- ✕ Yüksək keyfiyyətli sığorta məhsullarının hazırlanmasını təmin edir
- ✕ Şirkətin reputasiyasının qorunmasına xidmət edir
- ✕ Rəqabət şəraitinə uyğun olan tarif stavkalarının müəyyənləşdirilməsinə imkan yaradır.

Beləliklə, marketinq planlaşdırılması təşkilatın ümumi məqsədlərinə xidmət edən bir tamlıq və vəhdət yaradır. Sığorta marketinqi hər bir şirkətin fəaliyyəti üçün zəruri olan müxtəlif funksiyaları həyata keçirir. Bu funksiyaları dörd əsas istiqamətdə qruplaşdırmaq olar:

- I. Sığorta bazarının tədqiqi
- II. Sığorta xidmətlərinin hazırlanması
- III. Sığorta xidmətlərinin satış kanallarının seçilməsi
- IV. Satışın həvəsləndirilməsi

I. Sığorta bazarının tədqiqi (araşdırılması) - bu, iqtisadi, istehsalat-məişət, elmi, istehlak, reklam və digər sahələri əhatə edən məlumatların toplanmasını və təhlil edilməsini, marketinq əməliyyatlarının tədqiq edilməsini, rəqiblərin fəaliyyətinin öyrənilməsini və s. əhatə edir. Sığorta bazarında aparılan tədqiqatlar zamanı tələb və onun

ödənilmə səviyyəsi öyrənilir.Ümumiyyətlə bu mərhələdə görülməli olan tədbirləri aşağıdakı kimi daha dolğun göstərmək olar:

- Sığorta xidmətlərinə olan tələbin müəyyən edilməsi,həmçinin
- Hazırkı dövr üçün hər bir sığorta növü üzrə tələbin
- Tələbin ödənilmə səviyyəsinin
- Növlər üzrə ödənilməyən tələbin səviyyəsinin
- Sığorta xidmətlərinə gələcəkdə yarana biləcək tələbin araşdırılması
- Sığorta şirkətlərinin bazardakı davranışının araşdırılması,o cümlədən,
- Onların bazar paylarının və fəaliyyət göstərdiyi sığorta növlərinin
- Təklif etdiyi xidmətin keyfiyyətinin
- Həyata keçirdiyi satışın həcmninin
- Ən nəhayət reklam fəaliyyətinin müəyyən olunması
- ⊗ Digər bazar iştirakçılarının fəaliyyətinin tədqiqi,o cümlədən,
- ⊗ Sığorta broker fəaliyyətinin
- ⊗ Sığorta agent fəaliyyətinin
- ⊗ Filial və nümayəndəliklərin fəaliyyətinin araşdırılması

Bu mərhələdə sığorta şirkətlərinin marketinq fəaliyyəti aşağıdakıları da tədqiq edir:

- Konkret bu regionda neçə sığorta şirkəti fəaliyyətdədir
- Onların göstərdikləri xidmət sferaları hansılardır
- Regionun əhalisinin sosial təbəqələşməsi hansı durumdadır
- Həmçinin, demoqrafik, sosial, iqtisadi, psixoloji xüsusiyyətlər də araşdırılır.

Toplanmış bütün informasiyaların təhlilindən sonra əldə olunmuş məlumatlar əsasında sığorta xidmətləri bazarının həcmi və digər sığortaçıların potensial imkanları proqnozlaşdırılır.Təhlil edilmiş məlumatlar əsasında şirkət öz gələcək fəaliyyət planını işləyib hazırlayır.Bu plan aşağıdakı müddəaları özündə əks etdirir:

- Növbət dövr üçün şirkətin məqsədlərinin və strategiyasının müəyyən olunması
- Sığortalının sinfinin,ödəmə qabiliyyətinin və həcmninin öyrənilməsi
- Sığorta bazarında təklif olunacaq sığorta xidmətlərinin müəyyən olunması

- Sığorta məhsullarının satışı və həvəsləndirilməsi metodlarının seçilməsi

Adətən səmərəli strategiyanın əldə edilməsi geniş informasiya mənbələri olmadan mümkün deyil. Çünki sığorta şirkətinin inkişaf tendensiyalarını özündə birləşdirən strateji informasiyanın təhlili sığorta şirkətinin müəyyən müddətdən sonrakı gələcəkdəki vəziyyətini proqnozlaşdırmağa imkan verir. Belə proqnozların əsas tərkib elementləri

- Xüsusi müayinə
- Ehtimallı riyazi təhlil
- Fərdi mütəxəssis sorğuları
- Sıraların dinamikasının təhlili

II mərhələ-Sığorta xidmətlərinin hazırlanması mərhələsidir. Bu, xidmət növünün müəyyən edilməsi və işlənməsini, sığorta növlərinin və formalarının keyfiyyətli doldurulması prosedurunun müəyyən edilməsi, satış xidmətlərinin həyata keçirilməsi planlarının hazırlanması və onların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, qiymət siyasətinin seçilməsini və s. əhatə edir. Bu mərhələdə qarşıya qoyulan tapşırıqlar aşağıdakılardır:

- Sığortaçının bazarda təklif edə biləcəyi sığorta xidmətlərinin növlərinin müəyyən olunması
- Seçilmiş hər bir sığorta növü üzrə qaydaların hazırlanması
- Sığorta xidmətlərinin bazara çıxarılması üçün təşkilati, texniki, maliyyə şərtlərinin təmin olunması

Sığorta şirkətləri həm ənənəvi sığorta növləri üzrə, həm də yeni hazırlanmış sığorta məhsulları ilə bazara çıxırlar. Bu mərhələyə aid AXA MBASK sığorta şirkətinin Avtomobil Sığortasını nümunə kimi göstəririk. Bildiyimiz kimi icbari sığorta növlərini paketini özündə ehtiva edən sığorta çantaları daha sabit və təminatlı olurlar. Adətən sığorta şirkətləri də aşağı risk səviyyəsi, sabit daimi gəlirə malik olmasını nəzərə alıb bu sığorta növlərinə üstünlük verirlər. Nümunəmizdə də AXA MBASK sığorta şirkətinin sığorta bazarına təklif edəcəyi xidmət növü Avtomobil sığortasıdır. Bu sığorta şirkəti avtomobil sığortasının bazara təklif edəndə həmin sığorta növü üzrə qaydaları hazırlayır

və təşkilati, texniki, maliyyə şərtlərini təmin edir. Bu qaydaları və şərtləri aşağıda qeyd edirik.

Avtomobil sığortası -ictimai yollarda hərəkət edən mexaniki nəqliyyat vasitələrinin sığortasını nəzərdə tutur. Bu sığortanın əsas məqsədi-avtomobilə dəymiş zərərlə, avtomobilin istifadəsi ilə bağlı üçüncü şəxslərə vurulmuş zərərlə əlaqədar sığortalının əmlak mənafeələrinin qorunmasıdır. AXA MBASK sığorta şirkətinin avtomobil sığortası üzrə sığorta növləri aşağıdakılardır:

- ▣ Fiziki şəxslərə məxsus avtomobillərin sığortası
- ▣ Hüquqi şəxslərə məxsus avtomobillərin sığortası
- ▣ Avtonəqliyyat sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası

Avtomobil sığorta növü üzrə sığorta qaydalarının müəyyən edir və qaydalarda iki cür sığorta təminatı növünü təklif edir. Bunlar aşağıdakılardır:

- ❖ Standart təminatlar
- ❖ Xüsusi təminatlar

Standart təminatda qeyd olunur:

- Maddi zərər sığortası (Kasko)
- Üçüncü şəxslər qarşısında mülki məsuliyyətin könüllü sığortası
- Sürücü və sənişinlərin bədbəxt hadisə sığortası
- Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası

Xüsusi təminatda qeyd olunur:

- Tibbi xərclərin sığortası
- Evakuasiya xidməti
- Əlavə quraşdırılmış avadanlıqların sığortası
- Digər avtomobilin idarə olunması
- Sənədlərin toplanması

Eləcə də hər bir sığorta növü üzrə riskləri və istisnaları müəyyən edir. Məsələn, *maddi zərər* sığortasında istisna hallar:

- Əgər avtomobil ərizədə formasında göstərilmiş məqsədlərdən fərqli məqsədlər üçün istifadə edilərsə, eləcə də təyinatı üzrə istifadə edilməməsi
- sığorta müqaviləsinə görə sürücü hesab edilməyən şəxs tərəfindən idarə olunarsa;
- sürücünün avtomobili alkoqollu, narkotik vasitələrdən, istifadə edərək sərxoş vəziyyətdə idarə edərsə;
- hərbi əməliyyatlar, terrorçuluq, kütləvi iğtişaşlar, tətilər, vətəndaş müharibəsi, nüvə partlayışı, radioaktiv çirklənmə;
- Əgər avtomobil təlim məqsədilə, və ya yarışlarda, sürət müsabiqələrində, sürət sınaqlarında, davamlılıq sınaqlarında istifadə edilərsə;
- Əgər avtomobil cinayət məqsədilə istifadə edilərsə; sığortalının və ya sığorta olunanın sığorta hadisəsinin baş verməsi ilə birbaşa səbəb əlaqəsində olan qəsdən etdiyi hərəkəti və ya hərəkətsizliyi

Üçüncü şəxslər qarşısında mülki məsuliyyətin könüllü sığortasında:

Risqlər: Avtomobil sahiblərinin mülki məsuliyyətinin sığortası üzrə sığorta müqaviləsində göstərilən avtomobilin istifadəsi zamanı üçüncü şəxslərin həyatına, sağlamlığına və (və ya) əmlakına dəyən zərərin əvəzinin ödənilməsi üzrə sığorta olunanın mülki məsuliyyətinin yaranması riskindən sığorta təminatı verilir.

İstisnalar:

- Sığortalının işçisinin avtomobilin sənişini olarsa sığortalı ilə əmək münasibətlərindən irəli gələn peşə vəzifələrinin icrası zamanı ölməsi və ya bədən xəsarəti alması nəticəsində yaranan məsuliyyət zamanı;
- Əgər sığortalı avtomobilin sənişini kimi iştirak edərsə, onun hər hansı ailə üzvünün ölməsi və ya bədən xəsarəti alması nəticəsində yaranan məsuliyyət;
- Həmçinin əmlaka vurulan zərəre görə əldən çıxmış fayda və ya digər dolayı zərərlərə görə məsuliyyət; cərimələr və ya mənəvi zərərlərə görə təzminat ödəmək məsuliyyəti təminata düşmür.

Sürücü və sərnişinlərin bədbəxt hadisə sığortasında:

Risqlər:

- əmək qabiliyyətinin itirilsə I, II, III dərəcə əlilliyin müəyyən olunması;
- 18 yaşına qədər uşağın sağlamlıq imkanları məhdudlarsa;
- Ölüm halı.

İstisna:

Əgər sığortalı özünə sui qəsd edərsə bu hal sığorta təminatına düşmür.

İkinci mərhələdə qeyd etdik ki, sığorta növü üzrə qaydaları müəyyən etdikdən sonra həmin növ üzrə maliyyə şərtlərini təmin edir. Nümunədəki avtomobil sığorta növü üzrə aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

- Bir fiziki şəxsin sağlamlığına dəyən zərər üzrə - 5 000 (beş min)
- Üçüncü şəxslərin əmlakına dəyən zərər üzrə - 5 000 (beş min)
- Bir hadisə üzrə - 50 000 (əlli min)

Ümumiyyətlə avtomobil vasitəsi sahiblərinin sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası üzrə sığorta haqqı məbləğlərinin hesablanması qaydası aşağıda göstərilən cədvəllə uyğun hesablanır:

Cədvəl 1

	Avtonəqliyyat vasitəsinin növü	Sığorta haqqı (AZN)	
		Fiziki şəxs üçün	Hüquqi şəxs üçün
	Minik avtomobillərinin və onların bazasında istehsal edilmiş digər avtonəqliyyat vasitələr-mühərriklərinin həcminə görə		
	-50 sm ³ -1500 sm ³	50	60
	-1501 sm ³ -2000 sm ³	75	90
	-2001 sm ³ -2500 sm ³	100	120
	-2501 sm ³ -3000 sm ³	125	150
	-3001 sm ³ -3500 sm ³	150	180
	-3501 sm ³ -4000 sm ³	175	210
	-4001 sm ³ -4500 sm ³	200	240
	-4501 sm ³ -5000 sm ³	225	270

	-5000 sm ³ -dən çox	250	300
	Avtobuslar,mikroavtobuslar və onların bazasında istehsal edilmiş digər avtonəqliyyat vasitələri-sərnişin yerlərinin sayına görə		
	9-16	150	160
	16-dan artıq	200	240
	Yük avtomobilləri və onların bazasında istehsal edilmiş digər avtonəqliyyat vasitələri-icazə verilən maksimum kütləsinə görə		
	3500 kq-dan çox olmadıqda	150	180
	3501-7000 kq	200	240
	7000 kq-dan yuxarı	250	300
	Motosikletlər və motorollerlər	50	60
	Qoşqular və yarımqoşqular	25	30
	Traktorlar,yol-tikinti işlərində,meşə və kənd təsərrüfatında istifadə olunan avtonəqliyyat vasitələri	50	60

Mənbə: www.axambask.az

Qeyd etdik ki,sığortaçı həm ənənəvi həm də yeni sığorta məhsulu növü üzrə bazara çıxı bilər.Yeni sığorta məhsulu növünün də müəyyən edilməsi mərhələləri var və onlar aşağıdakılardır:

1) Çap olunmuş reklam məhsullarının yayılması və yeni sığorta xidməti haqqında informasiyanın məzmununun açıqlanması, burada afişaların, bukletlərin, açıqcaların və digər çap materiallarının sığorta şirkəti tərəfindən hazırlanması nəzərdə tutulur.

2) Ekspertin və tanınmış nüfuzlu şəxsin radio və ya televiziya vasitəsi ilə çıxışlar etməsi,reklam rolidlərinin göstərilməsi, kütləvi informasiya vasitəsi ilə informasiyaların verilməsi

3) Sığortalının sığorta bazarının vəziyyəti haqqında məlumatlılıq səviyyəsinin müəyyən edilməsi.Bu yerli,kütləvi informasiya vasitələri və kollektiv çıxışlar üsulu ilə həyata keçirilir.

4) Potensial sığortalının yeni sığorta məhsuluna olan marağı-Adətən bu maraq özünü onda ifadə edir ki, sığortalı üçün sığorta məhsulunun qiyməti neçəyə başa gəlir və o sığortalımadan hansı formada yararlanacaqdır.

5) Yeni sığorta məhsulunun müsbət cəhətlərinin qiymətləndirilməsi. Bu zaman sığortaçı sığortalının rəyini nəzərə alaraq yeni sığorta məhsulunu köhnə sığorta məhsulları ilə müqayisə edir və onun xarakteristikasını zənginləşdirir. Yəni məsuliyyət həddinə yenidən baxır və əsas vəəlavə xidmətlər bazasını genişləndirir, onun keyfiyyət parametrlərini yaxşılaşdırır. Yeni sığorta məhsulunu köhnə məhsulla müqayisə etməklə mövcud çatışmamazlıqlar aşkarlanır və həmin çatışmamazlıqların aradan qaldırılması üçün tətbiqlər planı işlənib hazırlanır. Sığorta məhsulunun müsbət və mənfi cəhətləri üzrə rəy formalaşdırılır. Bu rəy sığorta marketingi vasitəsilə bazara aktiv şəkildə tətbiq olunur

6) Yeni sığorta məhsulunun qəbul edilməsi və ya inkar edilməsi mərhələsi. Əgər sığorta məhsulu dəstəklənsə, yeni məhsulun satış sistemi təşkil edilir. Əgər yeni sığorta məhsulu qəbul edilmərsə, onda o korrektirovka edilir və yenidən emal olunur. Ən pis halda həmin məhsuldan imtina edilir. Ümumiyyətlə sığorta məhsulunun tələb edilən olması alıcı yəni sığortalının gözü ilə qiymətləndirilməlidir. Yəni bu olmadan sığorta məhsulunun yönləndirilməsi strategiyası məqsəduyğun olmaz.

III mərhələ - Sığorta xidmətlərinin satış kanallarının seçilməsi mərhələsidir. Bu mərhələdə satış kanallarının seçilməsi, satışın təşkilatı satış şəbəkəsi vasitəsilə həyata keçirilməsi, satış dinamikasının hesabatı və təhlili, şirkətin struktur bölmələrinin qiymət və büdcələrinin müəyyən edilməsi, sığorta xidmətlərinin həcminə və növlərinə görə onların həyata keçirilməsinin planlaşdırılması, satış şəbəkəsi iştirakçılarının operativ əlaqələri müəyyənləşdirilir. İlk öncə qeyd edim ki, iki cür satış sahəsi vardır:

- ❖ Aktiv satış (Bizdən asılı olan)
- ❖ Passiv satış (Kimənsə asılı olan)

Aktiv yollar odur ki:

- Yaxın olan dost, tanış, qohum, tələbə və məktəb yoldaşlarının hamısına məhsul barədə tez-tez önəmli izahlar verərək, daim satış etmək. Çünki sadalanan hər bir şəxslərin də, yaxın dostları, qohumları və tanışları var.

- Başqa fiziki şəxslərin yaşadığı evlərinə zəng etmək və ziyarət etməklə satışa nail olmaq
- Müxtəlif aksiyalar keçirmək üçün, ətrafda yerləşən böyük insan kütlələri toplanan yerlərə gedərkən satış etmək
- Əyləncə və istirahət yerlərini ziyarət edərək, orada müxtəlif insanlar ilə tanış olaraq, onlara satış etmək

Passiv yollar odur ki:

- Müxtəlif turizm şirkətləri ilə danışıqlar aparıb, onlar tərəfindən məhsulun satışını təmin etmək
- Poçt və digər qurumlar ilə danışıqlar aparıb, onlar tərəfindən məhsulun satışını təmin etmək
- Yollarda, dükanlarda və sair yerlərdə buklet paylayaraq, müştəri cəlb etmək

Sığorta xidmətlərinin satışı əsasən iki kanal vasitəsilə həyata keçirilir:

- Birbaşa satış
- Vasitəli satış

Birbaşa satış: 1) Fərdi satış texnologiyaları

- 2) Əsas, aparıcı müştərilər üzrə satış texnologiyası
- 3) Birbaşa, poçt və elektron göndərişləri
- 4) Telemarketing və faks marketing
- 5) İnternet marketing

Vasitəli satış: 1) Vasitəli şəbəkə satış texnologiyası

- 2) Bilavasitə iş yerlərində polislərin satışı texnologiyası
- 3) Bank sığortalanması texnologiyası
- 4) Agent satışı texnologiyası

5)Broker satışı texnologiyası

Bu satış içərisində ən önəmli yeri şəbəkə satışı tutur.Şəbəkə satış texnologiyası aşağıdakı kimi keçirilir.Şəbəkə satış texnologiyasının reallaşdırılması aşağıdakı kimidir:

- 1-ci addım-Məqsədli müştəri seqmentinin müəyyənləşdirilməsi
- 2-ci addım-Məhsulun təyin edilməsi
- 3-cü addım-Satış kanallarının müəyyənləşdirilməsi
- 4-cü addım-Texnologiyanın sənədləşdirilməsi
- 5-ci addım-Satış texnologiyası üzrə təlimlər
- 6-cı addım-Texnologiyanın reallaşdırılması
- 7-ci addım-Texnologiyaların reallaşdırılması üzərində nəzarət

Məsələn,məqsədli müştəri seqmenti seçilir-avtomobil idarə edən insanlar/Məhsul üzrə-AVSMMİS(avtomobil sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası)seçilir.

Satış kanalları üzrə-Avtosalonlar, yanacaq doldurma məntəqələri.Müştəri seqmenti və müvafiq satış kanallarını,məhsulu müəyyən edəndən sonra sığorta şirkəti satış texnologiyasını sənədləşdirir.Satış texnologiyası hazırlandıqdan sonra növbəti mərhələ hazırlanmış texnologiyalar üzrə regional satış menecerlərinin təlimatlandırılması mərhələsidir.Beləliklə,sənədləşmiş satış texnologiyasına və təlimatlandırılmış menecerlərə malik olmaqla müvəffəqiyyətli satış texnologiyasını həyata keçirmək mümkündür. Bu zaman satış üzərində satış üzərində nəzarətin təmin edilməsi və satış prosesinin zəif həlqələrinin aşkarlanması mümkündür.

*IV mərhələ-Satışın həvəsləndirilməsi mərhələsidir.*Bu mərhələdə kütləvi informasiya vasitələrindən, şəxsi reklamdan və digər vasitələrdən istifadə etməklə son və ara istehlakçılar arasında reklam, alıcıların, satış iştirakçılarının stimullaşdırılması (güzəştlər, hədiyyələr və s.) nəzərdə tutulur.Reklam üç əsas təsir vasitəsinə malikdir:

- Sığorta şirkəti və həyata keçirdiyi sığorta növləri haqda sığortalıları məlumatlandırmaq
- Sığorta müqaviləsinin bağlanmasına inam yaratmaq
- Sığorta müqaviləsinin lehinə qərar qəbul etmək

Adətən sığorta sahəsində reklam iki növə ayrılır- sığorta şirkətinin imic reklamı və sığorta xidmətlərinin reklamı.²Sığorta şirkəti haqda reklamın məqsədi şirkətin müsbət imicinin yaradılması və ictimaiyyətdə lazımi fikir formalaşdırmaqdır.Sığorta xidmətlərinin reklamının məqsədi isə fiziki və hüquqi şəxslərdə sığorta müqaviləsinə tələbatın yaradılmasıdır.

Reklam özü də xüsusi yaradıcılıq tələb edir.Ya müxtəlif sloqanlarla, ya da təsirli video çarxlarla insanlarda sığortaya inam yaratmaq olar.Məsələn, Zurich Sığorta, bir binanın içində optik illuziya vasitəsilə yanğın effekti yaradaraq yoldan keçənlərin diqqətini çəkməyi bacarıb.Argentina reklam agentliyi Don-un Zurich Sığorta üçün hazırladığı açıq hava reklam kampaniyasında yanğın fəlakətinin dağıdıcı maddi nəticələrinin və itkinlərinin sürətli bir şəkildə geri qaytarılmasının mümkün olduğu göstərilir.Sığorta şirkəti hazırladığı kampaniya ilə insanlara "Yaxşı qorunursunuzsa, heç bir şey dəyişməz" sloqanı ilə təsir etməyə çalışıb.

Ən çox diqqət çəkən və maraqla izlənən reklam çarxı isə Folksam sığorta şirkətinə məxsusdur. Bu reklam çarxında böyük bir qrup pişik paraşutdan atılır və bu zaman başgicəlləndirici akrobatik hərəkətlər edirdilər. Əlbəttə ki, şirkət bununla heyvanlar üçün xüsusi sığorta məhsulunu reklam edirdi.

Tibbi sığorta ilə məşğul olan Almaniyanın AOK şirkəti sağlamlığın qeydinə qalmağa kömək edən təqvim hazırlayıb. Təqvim şəffaf borudan və içərisində 31 almadan ibarətdir. “Bir gün – bir alma” prinsipi ilə şirkət öz müştərilərini sağlam qidalanmağa və sağlamlıqlarının qeydinə qalmağa təşviq edir.

Ən çox çaşqınlıq yaradan reklam kampaniyalarından birini DDB Amsterdam Hollandiyanın Centraal Beheer Insurance şirkəti üçün həyata keçirmişdi. Onlar bannerin köməkliyi ilə avtobusun arxa hissəsini eynilə onun qabaq hissəsinə çevirmişdilər. Ön şüşələr, sükan, sürücü. Lakin sürücü avtobusu geriye çönmüş

²Sığorta fəaliyyətinin əsasları (dərs vəsaiti) /Xankişiyev Bəybala/ 2006-cı il

vəziyyətdə idarə edir! Sığorta şirkəti insanlara bu ürküdücü reklamla onları təhlükəli sürücülərdən qorumaq niyyətlərini bildirirdi.

Allstate şirkətinin avtomobil sığortası üçün çəkilmiş reklam çarxı isə belə idi: Posterdə yalnızca sadə şəkildə “Bəs sən etibarlı əllərdəsən?” yazısı yazılmışdı. Digər bir şirkət də Amsterdam küçələrində bədbəxt hadisələrə diqqət çəkmişdir. Bu zaman asfalt üzərində təbaşir ilə uçurumun kənarından yapışmış yaşlı kişi, palçığa ilişib qalmış motosikl, damdan səki üzərinə düşən dəri divan və insanları yuxarı qaldıran hava şarları təsvir edilmişdi. Bir çox vətəndaşlar və turistlər böyük məmnuniyyətlə burada dayanaraq şəkil çəkdirirdilər.

Sığorta şirkətinin əsas məqsədini izah edən ən mükəmməl reklam çarxı isə Ukraynanın sığorta şirkəti İndigo üçün hazırlanmışdı. Bu çarxda quşun caynağından xilas olmağa çalışan kərtənkələnin quyruğu qopur. Lakin bu kərtənkələni elə də narahat etmir. Çünki o bilir ki, təbiət onun itirdiyini özü ona yenidən qazandıracaq.³

³ <http://banker.az/>

**II Fəsil. Müasir şəraitdə sığorta şirkətlərinin sığorta taktikasının və strategiyasının
işlənilib hazırlanmasının mövcud durumu**

2.1.Sığorta siyasətinin sığorta haqlarının yığılmasına təsirinin təhlili

Sığorta bazarının inkişaf səviyyəsini şərtləndirən əsas amillərdən biri də sığorta bazarında bir il ərzində toplanan sığorta haqlarının ümumi məbləğidir. Əgər sığorta haqlarının dinamikasında artım tempi varsa, demək bazar inkişaf edir. Sığorta haqlarının yığımının artması əhalinin getdikcə daha çox hissəsinin sığorta münasibətlərinə qoşulması, sığortanın vacibliyini başa düşməsi, hüquqi şəxslərin öz risklərini sığorta etmələri üçün maliyyə vəsaitlərinə malik olması deməkdir. Sığorta bazarında son beş ildə həyata keçirilmiş sığorta haqlarının strukturunu müşahidə etməklə bazarda mövcud olan vəziyyəti təhlil etmək olar.

Sığorta haqları (min manat)

Son 5 il ərzində Yanvar-Dekabr ayları üzrə hesablanmış sığorta haqları

Cədvəl 2

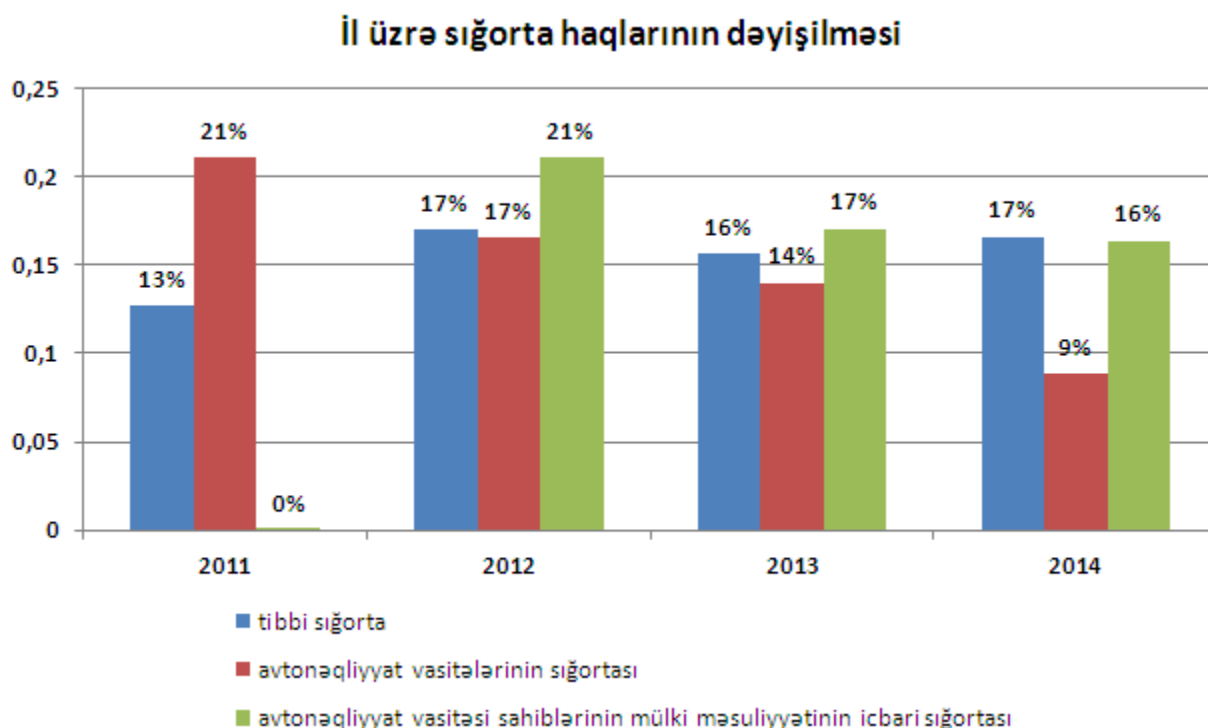
	2011	2012	2013	2014	2015
Könüllü sığorta növləri	161000894,48	215003419,52	270965799.97	284669866.28	280970249.91
Şəxsi sığorta	36 702 639,87	70 209 967,35	76323374.03	84616128.13	83059360.14
Əmlak sığortası	120 645 511,23	129708300,09	150751819.33	123398892.66	112078466.35
Mülki məsuliyyət sığortası	14 030 261,72	10 946 561,66	15243486.08	16320284.53	2007287
İcbari sığorta növləri	51 981 088,03	127515927,30	134706714.46	144511331.24	1619351 81.48
Cəmi	384,360,395.2	553,384,175.8	647,991,193.7	653,516,502.7	640,050,544.7

Mənbə: <http://www.sigorta.maliyye.gov.az>

Cədvəldən də göründüyü kimi sığorta haqlarında strukturunda icbari sığorta növləri ilə müqayisədə könüllü sığorta növləri üstünlük təşkil edir. 2011-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə sığorta haqları 1.43 dəfə, 2012-ci illə müqayisədə 2013-cü ildə sığorta haqları 1.17

dəfə, 2013-cü illə müqayisədə 2014-cü ildə 1.008 dəfə artmışdır. Son illə müqayisədə baxsaq görürük ki, yəni 2015-ci ildə sığorta haqları 2014-cü illə müqayisədə 0.97 dəfə azalmışdır.

Diaqram 1



Mənbə: <http://theinsurancetimes.az/>

Diaqramda 2011-2014-cü illər üzrə sığorta haqlarının dəyişilməsi göstərilmişdir. Buradan məlum olur ki, avtonəqliyyat vasitələrinin sığortası üzrə sığorta haqları 2011-ci ildə 21 %, 2012-ci ildə 17 %, 2013-cü ildə 14% olaraq azalmışdır. Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası isə 2012-ci ildə sığorta haqlarının strukturunda 21 %, 2013-cü ildə 17 %, 2014-cü ildə isə 16 % təşkil etmişdir. Tibbi sığortanın isə sığorta haqları strukturunda ciddi dəyişikliyi olmamışdır. Yalnız 2011-ci illə müqayisədə 2012-ci ildə 4 % artmışdır.

Sığortaya aid statistik məlumatları təhlil edərək sığorta haqlarının yığımında son 4 ildə əhəmiyyətli dərəcədə artımın qeyd olunduğunu qeyd etsək də, bildirməliyik bu göstərici xarici ölkələrlə müqayisədə olduqca kiçikdir. Məsələn, Azərbaycanda 2013-cü ildə

405,672,514.43 manat sığorta haqqı toplanıb.Bu göstəricini Rusiya bazarı ilə müqayisə etsək görürük ki, 2013-cü ildə 25.5 mlyrd dollara çatıb.

Bütün bunlardan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, respublikamızda sığorta bazarı hələ tam gücü ilə fəaliyyət göstərmir. Ölkəmizdə sığorta potensialı mövcud vəziyyətlə müqayisədə çox böyükdür, əsas vəzifə bu sahəni inkişaf etdirməkdir.

Sığorta bazarını təhlil edərkən diqqətimizi cəlb edən əsas göstəricilərdən biri də sığorta şirkəti tərəfindən sığorta olunanlara və ya 3-cü şəxslərə ödənilən sığorta ödənişlərinin həcmidir. Bu göstərici onu izah edir ki, tərəflər öz öhdəliklərini necə yerinə yetirir, bazarın durumu necədir, müxtəlif sığorta növləri üzrə zərərlik dərəcəsi necədir, bazarın bir il ərzində nə qədər zərərə düşüb, sığorta şirkətlərinin ödəmə qabiliyyəti hansı durumdadır. Hal-hazırdakı vəziyyəti təhlil etmək üçün sığorta bazarında son 5 ildə həyata keçirilmiş sığorta ödənişlərinin strukturunu müşahidə edək.

**Sığorta ödənişləri (min manat) Son 5 il ərzində Yanvar-Dekabr ayları üzrə
hesablanmış sığorta ödənişləri**

Cədvəl 3

	2011	2012	2013	2014	2015
Könüllü sığorta növləri	51 674 891,10	75 320 569,53	84890182.48	114714270.12	135811834.81
Şəxsi sığorta	20 981 094,27	42 457 944,71	47593745.97	49992806.37	52718672.98
Əmlak sığortası	30 516 166,61	29 817 871,51	34867533.7	38551310.77	32993461.21
Mülki məsuliyyət sığortası	550 806,75	1 668 204,82	714089.97	1003871.54	822446.6
İcbari sığorta növləri	9 892 219,81	18 540 312,24	37914093.71	42415019.39	44429481.69
Cəmi	113,7	167,8	206,0	246,7	266,8

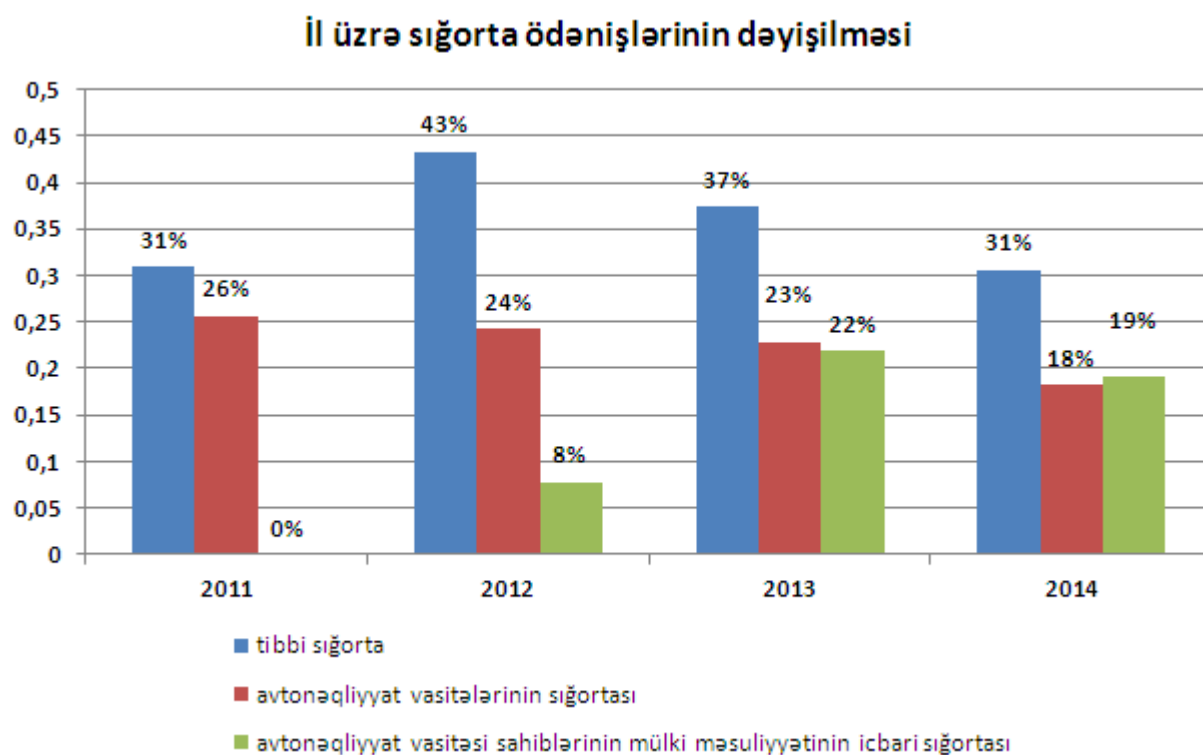
Mənbə: <http://www.sigorta.maliyye.gov.az>

Cədvəli təhlil etsək görərik ki, 2011-ci illə müqayisədə 2014-cü ildə 2.17 dəfə artmışdır.2015-ci ildə isə 2.34 dəfə artmışdır.Bunu, əlbəttə ki, gözlənilən bir hal hesab etmək olar.Belə ki, sığorta haqlarının atımı, həm də sığorta ödənişlərinin də artacağını proqnozlaşdırmağa imkan verir.Çünki, daha çox sığorta haqqı, daha çox sığorta müqaviləsi, daha çox sığorta obyektı, daha çox sığorta riski deməkdir.Təbii olaraq belə bir şəraitdə daha çox sığorta hadisələrinin baş verməsi, sığorta ödənişlərinin artımı qaçılmazdır.Sığorta ödənişlərinin tərkibində könüllü sığorta növləri üzrə ödənişlər icbari növlərlə müqayisədə üstünlük təşkil edir.

Könüllü və icbari sığorta növləri üzrə sığorta ödənişlərinin dinamikası müxtəlifdir.Sığorta ödənişləri sırf hadisələrin baş verməsi ehtimalı ilə bağlı olduğundan bu göstərici üzrə heç də həmişə artım dinamikası müşahidə olunmaya bilər.Çünki sığorta şirkətləri, sığorta bazarının peşəkar iştirakçıları bir tərəfdən hər il daha çox müqavilə bağlamağa, daha çox sığorta haqları toplamağa çalışırlarsa, digər tərəfdən zərərli nəticələnə biləcək hadisələrin qarşısını almaq üçün tədbirlər görür.Bu tədbirlər sırasında sığortaçılar sığorta haqları hesabına qarşısı alınma fondları yaratmaqla, bu fondla cəmləşən vəsaitlər hesabına təhlükəsizlik tədbirləri, o cümlədən yanğına qarşı qurğuların quraşdırılması, zərərlərin minimallaşdırılması istiqamətində işlərin görülməsini həyata keçirə bilər.

2011-2014-cü illərdə sığorta növləri üzrə sığorta ödənişlərinin strukturuna diaqram formasında da baxsaq, sığortanın növləri üzrə ödənişlərin hərəkətinin müxtəlif olduğunu müşahidə edərik.

Diaqramda tibbi sığorta, avtonəqliyyat vasitələrinin sığortası, avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası üzrə sığorta ödənişlərinin hərəkəti göstərilmişdir.Diaqramdan məlum olur ki, sığorta ödənişlərinin strukturunda tibbi sığorta növü üstünlük təşkil edir.Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası 4 il ərzində artmışdır.



Mənbə: <http://theinsurancetimes.az/>

Son 5 il ərzində sığorta sinifləri üzrə sığorta haqlarını və sığorta ödənişlərini təhlil etdikdən sonra ötən il üzrə yəni 2015-ci ildə sığorta şirkətləri üzrə sığorta ödənişlərinin və sığorta haqlarının dəyişməsinə baxaq.

**2015-ci ilin yanvar-dekabr ayı üzrə hesablanmış sığorta haqları
və sığorta ödənişləri haqqında**

Cədvəl 4

(manatla)

	Sığortaçının adı	Sığorta Haqları	Sığorta Ödənişləri
1	“A-Qroup Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	12,603,446.69	7,244,574.06
2	“AXA MBASK” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	18,316,136.72	10,689,925.67
3	“Alfa Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,422,064.33	1,548,987.85
4	“AtaSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	10,466,922.48	4,231,715.46
5	“Atəşgah Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	39,124,190.81	18,234,691.36
6	“Atəşgah” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	43,544,036.32	15,918,349.10
7	“AzSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	32,763,867.68	7,915,573.56
8	Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	41,384,364.00	13,164,798.00
9	“Azərbaycan Sənaye Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	10,073,570.83	4,351,962.18
10	“Azərqarant Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	299,949.24	3,367.00
11	“Bakı Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,422,090.55	1,729,436.81
12	“Başak İnəmə Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	1,006,736.00	831,656.98
13	“Beynəlxalq Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	11,240,596.61	3,931,671.73
14	“Buta Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,295,019.82	4,788,074.45
15	“Era Trans Sığorta” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	0.00	183,491.21
16	“Günay Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	80,339.50	97,163.43
17	“Mega Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	17,623,969.24	2,307,122.76
18	“Paşa Həyat Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	54,526,449.39	16,349,699.98
19	“Paşa Sığorta” Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	64,780,265.39	29,885,878.17
20	“Qala Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	22,827,377.06	17,649,084.65
21	“Qarant Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	4,511,196.59	3,594,937.37

22	“Rəvan Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,141,656.71	1,243,080.38
23	“Standard Insurance” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	19,728,972.65	7,826,774.55
24	“Xalq Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	10,219,188.22	5,257,901.18
25	"Qala Sığorta" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	62,133.00	53,341.00
26	“İPƏK YOLU SIĞORTA” ASC	17,554,682.10	635,316.52
27	“Əmrah Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	886,209.46	572,741.09
	YEKUN	442,905,431.39	180,241,316.50

Mənbə: <http://www.sigorta.maliyye.gov.az>

Ötən il Azərbaycanda toplanmış sığorta haqlarının məbləğinə görə ilk yeri “Paşa Sığorta” şirkəti tutub. Şirkət 64,8 mln. manat sığorta haqqı toplayıb. Sonrakı yerlərdə qərarlaşmış “Paşa Həyat Sığorta”nın yığımları 54,5 mln. manat, “Atəşgah Sığorta”nın yığımları isə 43,5 mln. manat olub. Sığorta yığımlarının məbləğinə görə ilk beşliyi “Azərsığorta” (41,4 mln. manat) və “Atəşgah Həyat Sığorta” (39,1 mln. manat) şirkətləri tamamlayır. Ümumilikdə, sığorta bazarının 55%-i məhz beşlikdə təmsil olunan şirkətlərin payına (təxminən 243 mln. manat) düşür.

Hesabat ilində ən az sığorta haqqı toplayan isə “Başak İnəm” (1 mln. manat), “Amrah Sığorta” (886 min manat), “Azərqarant” (300 min manat), “Qala Sığorta” (80 min manat) və “Günay Sığorta” (62 min manat) şirkətləri olub. Bu şirkətlərin toplam daxilolmaları təxminən 2,3 mln. manat olub və ümumi sığorta yığımlarının 0,5%-ni təşkil edib.

Ümumilikdə, 27 sığorta şirkətindən 1-də sığorta haqlarının məbləği 60 mln. manatdan çox, 1-də 50 mln. manatdan çox, 2 şirkətdə 40 mln. manatdan çox, 2 şirkətdə 30 mln. manatdan çox, 1 şirkətdə 20 mln. manatdan çox, 9 şirkətdə 10 mln. manatdan çox, 6 şirkətdə 1-5 mln. manat, 1 şirkətdə 500 min manatdan 1 mln. manata qədər, 4 şirkətdə isə 500 min manatdan da aşağıdır. Şirkətlərdən 8-də sığorta haqlarının artımı, 19-da isə azalması baş verib.

Sığorta ödənişlərinin məbləğinə görə də ilk yerdə “PAŞA Sığorta” şirkəti (29,9 mln. manat qərarlaşıb. Sonrakı yerləri “Atəşgah Həyat Sığorta” (18,2 mln. manat), “Qala Həyat Sığorta” (17,6 mln. manat), “Paşa Həyat Sığorta” (16,3 mln. manat) və “Azərsığorta” (13,2 mln. manat) şirkətləri tutur. Ümumilikdə, ödənişlərin 54%-i ilk beşlikdə təmsil olunan şirkətlərin payına düşüb.

Ən az ödəniş edən şirkətlər isə “Era-Trans” (183 min manat), “Günay Sığorta” (97 min manat), “Qala Sığorta” (53 min manat) və “Azərqarant” (3 min manat) olub. Bu şirkətlərin ümumi göstəricisi 336 min manat olub ki, bu da məcmu ödənişlərin 0,2%-nə bərabərdir.

Ümumilikdə, 27 sığorta şirkətindən 1-də ödənişlərin məbləği 20 mln. manatdan çox, 6-da 10 mln. manatdan çox, 4-də 5 mln. manatdan çox, 9-da 1-5 mln. manat, 3 şirkətdə 500 min manatdan 1 mln. manata qədər, 1 şirkətdə 100-500 min manat, 3 şirkətdə isə 100 min manatdan aşağıdır. Şirkətlərdən 15-də sığorta ödənişlərinin artımı, 12-də isə azalması baş verib.

Bu ilin yanvar ayında isə sığorta şirkətlərinin sığorta haqları və sığorta ödənişləri haqda məlumatına baxaq.

2016-cı ilin yanvar ayı üzrə hesablanmış sığorta haqları və sığorta ödənişləri haqqında

Cədvəl 5

(manatla)

№	Sığortaçının adı	Sığorta Haqları	Sığorta Ödənişləri
1	“A-Qroup Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	521,565.07	609,977.67
2	“AXA MBASK” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,610,343.40	663,911.94
3	“Alfa Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	312,489.42	159,706.02
4	“AtaSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	758,950.65	237,815.33
5	“Atəşgah Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,390,879.90	2,505,302.46

6	“Atəşgah” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	4,916,966.47	993,583.35
7	“AzSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	1,159,982.57	562,653.56
8	Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	1,037,605.00	762,445.00
9	“Azərbaycan Sənaye Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	253,336.30	259,890.22
10	“Azərqarant Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,058.66	60.00
11	“Bakı Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	53,407.81	74,833.84
12	“Başak İnəmə Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	72,102.96	4,155.41
13	“Beynəlxalq Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	1,400,373.78	160,629.51
14	“Buta Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	105,956.47	165,609.03
15	“Günay Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	141,347.88	685.56
16	“Mega Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,034,938.25	108,704.00
17	“Paşa Həyat Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	7,111,364.56	1,750,786.14
18	“Paşa Sığorta” Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	35,221,493.18	3,287,586.57
19	“Qala Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	3,013,170.00	2,195.00
20	“Rəvan Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	49,387.40	30,452.86
21	“Standard Insurance” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2,299,782.11	589,626.87
22	“Xalq Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	389,304.04	424,538.81
23	“Qala Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	1,850,181.35	0.00
24	“İPƏK YOLU SİĞORTA” ASC	8,587,524.90	2,102.09
25	“Əmrah Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	3,048.71	1,013.00
	YEKUN	76,297,560.84	13,358,264.24

Mənbə: <http://www.sigorta.maliyye.gov.az>

Bu ilin yanvar ayı üzrə sığorta şirkətlərindən 14-də yığım azalıb, 11 sığorta şirkətində isə artıb. 2016-cı ilin yanvar ayında Azərbaycanda toplanmış sığorta haqlarının məbləğinə görə birinci yeri “Paşa Sığorta şirkəti” tutub. Şirkət 35.2 mln. manat sığorta haqqı toplayıb. Sonrakı yerlərdə qərarlaşmış İpək Yolu Sığorta nın yığımları 8.6 mln manat, Paşa Həyat sığortanın yığımları isə 7.1 mln manat olub.

Sığorta yığımının məbləğinə görə, ilk beşliyi “Atəşgah Sığorta” (4,9 mln. manat) və “Qala Həyat Sığorta” (3 mln. manat) şirkətləri təmsil edirlər. Ümumilikdə bazarın 77%-i ilk beşlikdə təmsil olunan şirkətlərin payına (təxminən 59 mln. manat) düşür.

Ən az sığorta haqqı toplayanlar isə “Başak İnəm” (72 min manat), “Bakı Sığorta” (53 min manat), “Rəvan Sığorta” (49 min manat), “Amrah Sığorta” (3 min manat), “Azərqarant” (2 min manat) şirkətləri olub. Bu şirkətlərin ümumi göstəricisi təxminən 180 min manat olub və ümumi sığorta yığımının 0,2%-ni təşkil edib.

Ümumilikdə 25 sığorta şirkətindən 1-də sığorta haqlarının məbləği 35 mln. manatdan çox, 2-də 5 mln. manatdan çox, 10 şirkətdə 1 mln. manatdan çox, 2 şirkətdə 500 min manatdan çox, 5 şirkətdə 100 min manatdan çox, 5 şirkətdə isə 100 min manatdan da aşağıdır. Şirkətlərdən 11-də sığorta haqlarının artımı, 14-də isə azalması baş verib.

Sığorta ödənişlərinin məbləğinə görə də 1-ci “PAŞA Sığorta” şirkətidir – 3,3 mln. manat. Sonrakı yerləri tutmuş “Atəşgah Həyat Sığorta”nın ödənişləri 2,5 mln. manat, “PAŞA Həyat Sığorta”nın ödənişləri isə 1,8 mln. manat təşkil edib. Ödənişlərin məbləğinə görə, ilk 5-liyi “Atəşgah Sığorta” (994 min manat) və “Azərsığorta” (762 min manat) şirkətləri təmsil edir. Ümumilikdə, ödənişlərin 70%-i ilk beşlikdə təmsil olunan şirkətlərin payına (təxminən 9 mln. manat) düşür.

Ən az ödəniş edən şirkətlər isə “Başak İnəm” (4155 manat), “Qala Həyat Sığorta” (2195 manat), “İpək Yolu Sığorta” (2102 manat), “Amrah Sığorta” (1013 manat), “Günay Sığorta” (686 manat) və “Azərqarant” (60 manat) olub. “Qala Sığorta” şirkəti isə ay ərzində ümumiyyətlə ödəniş etməyib. Bu şirkətlərin ümumi göstəricisi təxminən 10 min manat olub ki, bu da ödənişlərin 0,8%-ni təşkil edir.

Ümumilikdə 25 sığorta şirkətindən 3-də ödənişlərin məbləği 1 mln. manatdan çox, 6 şirkətdə 500 min manatdan çox, 7 şirkətdə 100 min manatdan çox, 9 şirkətdə isə 100 min manatdan da aşağıdır. Şirkətlərdən 8-də sığorta ödənişlərinin artımı, 16-da isə azalması baş verib. Şirkətlərdən birində – “Qala Sığorta”da isə həm ötən ilin, həm də bu ilin yanvarında ödəniş olmadığı üçün dinamika qeydə alınmayıb.

Apardığımız təhlillərdən sonra 2016-cı ilin yanvar ayı ilə 2015-ci ilin yanvar ayını müqayisə aparsaq görürük ki, 25 sığorta şirkətinin xətti ilə 76,3 mln. manat sığorta haqqı toplanıb. Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasından verilən məlumata görə, bu, 2015-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 21,3% çoxdur.

Ay ərzində sığorta şirkətlərinin ödənişləri isə 13,4 mln. manat təşkil edib. Bu da ötən ilin yanvar ayına nisbətən 29,4% çoxdur. Hesabat dövründə sığorta bazarında toplanmış hər 100 manat sığorta haqqının 17,5 manatı ödəniş edilib. Bu rəqəm 2015-ci ilin yanvar ayında 16,4 manat olub. Belə bir nəticəyə gəlmək olur ki, sığorta bazarı 21 %-dən çox artıb.

Beynəlxalq praktikada sığorta bazarlarını ölçmək və müqayisə etmək üçün bir neçə metoddan istifadə edilir.

“Sığorta haqlarının həcmi” (Premium Income) Bu metod sığorta bazarını ölçmək və başqa bazarlarla müqayisə etmək üçün ən çox istifadə edilən metoddur. Bu metodda ilk əvvəl müvafiq müddət ərzində ölkədə fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri tərəfindən yığılan sığorta haqları toplanılır. Daha sonra ölkə üzrə ümumi sığorta haqqının həcmi təyin edilir. Ümumi sığorta haqlarının həcminə əsasən bir sığorta bazarını digər sığorta bazarı ilə müqayisə etmək mümkündür. Xüsusilə qeyd edək ki, bu göstərici bazarları müqayisə etmək və təhlil etmək üçün tam da əsl mənzərəni əks etdirə bilmir. Məsələn: Qeyri-həyat sığorta növləri üzrə yığılan ümumi sığorta haqlarının həcmi İsveçrə və Rusiya Federasiyası üzrə demək olar ki eynidir (~26-28 mlrd ABŞ dolları), lakin, İsveçrə sığorta bazarı Rusiya sığorta bazarından qat-qat çox inkişaf etmiş bazar sayılır. Məhz bu səbəbdən, sığorta bazarlarını müqayisə etmək üçün daha düzgün sayılan iki metoddan istifadə edilir. Bu metodlar - “Sığorta sıxlığı” (insurance density) və “Sığortanın nüfusetmə faizi” (insurance penetration rate) metodlarıdır.

“Sığorta sıxlığı” (insurance density) Bu metodda ilk əvvəl ölkə üzrə yığılmış ümumi sığorta haqları tapılır. Sonra ümumi sığorta haqları ölkə əhalisinin sayına bölünür. Başqa cür desək, ölkə üzrə adambaşına düşən ortalama sığorta haqqı sığorta sıxlığı hesab edilir və sığorta bazarları bu göstəriciyə əsasən müqayisə edilir.

Cədvəl 6

Ölkə	Bir şəxs başına düşən sığorta haqqı (Avro)						2008-2013 üzrə ortalama
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Estoniya	217.48	228.68	233.83	232.71	266.52	332.80	252.00
Latviya	229.79	170.24	154.39	190.72	218.95	231.31	199.23
Litva	180.20	141.19	145.13	162.58	173.35	189.58	165.34
Rusiya	93.26	82.88	96.67	111.45	140.64	140.78	110.95
Qazaxıstan	55.64	38.43	47.84	62.10	70.43	77.06	58.58
Ukrayna	47.88	38.85	47.68	48.33	44.91	57.21	47.48
Gürcüstan	26.25	33.97	34.67	33.18	52.51	43.98	37.43
Belarusiya	32.00	28.55	35.56	23.10	40.41	53.68	35.55
Azərbaycan	18.08	15.96	16.37	22.97	35.74	40.43	24.93
Moldova	15.32	14.74	15.65	17.30	19.66	20.11	17.13
Ermənistan	4.67	4.60	5.26	13.71	20.34	19.43	11.33
Türkmənistan	4.07	5.94	7.29	8.26	9.48	10.35	7.57
Özbəkistan	1.44	2.36	2.84	3.25	3.67	3.69	2.88
Tacikistan	2.17	1.90	2.40	2.70	3.19	3.37	2.62
Qırğızıstan	0.93	1.39	1.57	2.13	2.40	2.53	1.83

Mənbə: Hər bir ölkə üzrə sığorta nəzarəti orqanı, XPRIMM, müəllifin hesablamaları

Bu metodu cədvəldə Postsovet ölkələrində sığorta sıxlığı üzrə müqayisə edək. Görürük ki, sığorta sıxlığı üzrə ən yüksək olan göstəricilər Baltikyanı ölkələrdə, ən aşağı olan göstərici isə Qazaxıstan istisna olmaqla digər Orta Asiya ölkələrindədir. Ümumiyyətlə bütün 15 postsovet ölkələri üzrə sığorta sıxlığı renkinqi aşağıdakı kimidir:

Müqayisə üçün qeyd etmək olar ki, bu rəqəm 2013-cü il üzrə İsveçrədə 6089 Avro, Böyük Britaniyada 3963 Avro, Almaniyada isə 2284 Avro təşkil etmişdir. (Mənbə: <http://www.insuranceeurope.eu/>)

“Sığortanın nüfuz etmə faizi” (insurance penetration rate) Bu metodda da ilk öncə ölkə üzrə yığılmış ümumi sığorta haqları müəyyən edilir. Daha sonra həmin gösdərici həmin ölkə üzrə Ümumi Daxili Məhsula (GDP) bölməklə hesablanır. Bu göstərici sığorta fəaliyyətinin ümumi ölkə iqtisadiyyatındakı əhəmiyyəti əks etdirir.

Yenidən müqayisəmizi Postsovet ölkələri üzrə verək. Bu zaman aşağıdakı renkinq ortaya çıxır:

Cədvəl 7

Ölkə	Sığortanın nüfuzetmə faizi (ÜDM-də %-lə)						2008-2013 üzrə ortalama
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Latviya	3.13%	2.82%	2.56%	2.77%	2.88%	2.87%	2.84%
Estoniya	1.80%	2.19%	2.18%	1.92%	1.98%	2.32%	2.07%
Ukrayna	2.53%	2.24%	2.13%	1.74%	1.53%	1.97%	2.02%
Gürcüstan	1.43%	2.00%	1.74%	1.32%	1.97%	1.75%	1.70%
Litva	1.78%	1.68%	1.62%	1.59%	1.57%	1.63%	1.64%
Russiya	1.34%	1.32%	1.20%	1.19%	1.31%	1.35%	1.28%
Moldova	1.33%	1.35%	1.27%	1.22%	1.23%	1.20%	1.27%
Belarusiya	0.72%	0.81%	0.82%	0.80%	0.82%	1.04%	0.83%
Qazaxıstan	0.93%	0.78%	0.70%	0.72%	0.78%	0.83%	0.79%
Azərbaycan	0.47%	0.46%	0.37%	0.42%	0.63%	0.70%	0.51%
Ermənistan	0.18%	0.26%	0.24%	0.59%	0.89%	0.83%	0.50%
Tacikistan	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%
Özbəkistan	0.23%	0.30%	0.28%	0.28%	0.30%	0.29%	0.28%
Qırğızıstan	0.15%	0.24%	0.24%	0.25%	0.27%	0.28%	0.24%
Türkmənistan	0.17%	0.23%	0.24%	0.20%	0.20%	0.20%	0.21%

Mənbə: Hər bir ölkə üzrə sığorta nəzarəti orqanı, XPRIMM, müəllifin hesablamaları

Müqayisə üçün qeyd edək ki, 2013-cü il üzrə Ümumi Daxili Məhsulda sığortanın payı Böyük Britaniyada 12,6%, İsveçrədə 9,5%, Almaniyada isə 6,7% təşkil etmişdir. Yuxarıda yazılanlara əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, hətta sığorta haqlarının həcmi, sığorta sıxlığı və sığortanın nüfuzetmə faizi oxşar olan bazarlar belə sığorta təklifinə görə çox fərqli ola bilərlər. Bir sığorta bazarında bir-biri ilə güclü rəqabət aparan onlarca sığorta şirkəti, digərində isə əsas payı bir neçə şirkətin, və ya bir monopolist şirkətin əlində cəmləşmiş ola bilər. Sığorta bazarlarını müqayisə edəndə **bazarın təmərküzləşməsi (market concentration)** məsələsinə diqqət yetirmək lazımdır.

Bazar üzrə təmərküzləşmədə, sığorta şirkətləri arasında rəqabət səviyyəsini ölçmək üçün istifadə olunur. Bunun üçün **Herfindahl indeksindən** (Herfindahl-Hirschman Index və ya HHI) istifadə edilir.

Herfindahl indeksi aşağıdaki formul vasitəsi ilə hesablanır:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

Burada, s – i sığorta şirkətinin bazar payını, N isə sığorta şirkətlərinin sayını əks etdirir. Nümunə kimi X və Y sığorta bazarını Herfindahl indeksi vasitəsi ilə müqayisə edək.

Nümunə 1: X sığorta bazarında 15 sığorta şirkəti fəaliyyət göstərir, 5 şirkətin bazar payı 18%-dir, digər 10 şirkətin bazar payı isə 1%-dir.

Nümunə 2: Y sığorta bazarında 15 sığorta şirkəti fəaliyyət göstərir, 1 şirkətin bazar payı 80%-dir, 4 şirkətin bazar payı 2,5%, digər 10 şirkətin bazar payı isə 1%-dir.

Hər iki nümunədə top 5 şirkət üzrə bazar payı sığorta bazarının 90%-ni təşkil edir. Lakin, 1-ci nümunədə top 5 şirkət arasında güclü rəqabət getsə də, 2-ci nümunədə bazarın 80%-i bir şirkətin əlində cəmləşdiyi üçün rəqabətdən ümumiyyətlə söhbət gedə bilməz. Herfindahl indeksi ilə bu iki bazarları müqayisə etsək 2-ci nümunədə bazarda rəqabətin olmaması açıq aydın görünəcək.

$$\text{Nümunə 1: } 5 * 18^2 + 10 * 1^2 = 1\,630$$

$$\text{Nümunə 2: } 1 * 80^2 + 4 * 2,5^2 + 10 * 1^2 = 6\,435$$

Herfindahl indeksinin müəyyən olunmasında 3 hal müəyyən edilir. 1-ci hal odur ki, əgər bazar üzrə Herfindahl indeksin göstəricisi 1 000-dən az olarsa bazar yüksək rəqabətli bazardır və bazar təmərküzləşməsi mövcud deyil. 2-ci hal odur ki, əgər göstərici 1000 – 1800 olarsa təmərküzləşmə orta səviyyədədir. 3-cü hal odur ki, indeks göstəricisi 1800-dən artıq olarsa, bazarda yüksək təmərküzləşmə mövcuddur, yəni sığorta bazarında bir neçə şirkət əsas paya sahibdir. Nəzəriyyədə belə bir hal da ola bilər ki, indeks göstəricisi 10000-ə bərabər olsun, bu o deməkdir ki, bazarda bir monopolist şirkət fəaliyyət göstərir.

Herfindahl indeksi Azərbaycan qeyri-həyat sığorta bazarına tətbiq etsək 2015-ci il üzrə nəticənin qənaətbəxş olduğunu görə bilərik. Azərbaycan sığorta bazarı üzrə

Herfindahl indeks göstəricisi 1.019,82-dir, bu isə deməkdir ki, bazarda orta səviyyədə təmərküzləşmə mövcuddur. Lakin nəticələri 2014-cü il ilə müqayisə etsək 2015-ci ildə bazarın daha çox təmərküzləşdiyinin şahidi olarıq. Belə ki, 2014-cü ildə Azərbaycan qeyri-həyat sığorta bazarı üzrə Herfindahl indeksi 861,587 təşkil etmişdi.

2014 və 2015-ci illər üzrə ildə Azərbaycan qeyri-həyat sığorta bazarında Herfindahl indeksin göstəriciləri aşağıdakı kimi olmuşdur:

Cədvəl 8

№	Sığortaçının adı	Sığorta Haqları (AZN) 2015	Bazar payı (%) 2015	Herfindahl indeks 2015	Herfindahl indeks 2014
1	Paşa Sığorta	64 780 265,39	19,85	393,833	244,603
2	Atəşgah Sığorta	43 544 036,32	13,34	177,944	118,536
3	AR Dövlət Sığorta Şirkəti	41 384 364,00	12,68	160,731	164,749
4	AzSığorta	32 763 867,68	10,04	100,744	128,493
5	Standard Insurance	19 728 972,65	6,04	36,529	29,221
6	AXA MBASK	18 316 136,72	5,61	31,484	34,875
7	Mega Sığorta	17 623 969,24	5,40	29,150	19,756
8	İpek Yolu Sığorta	17 554 682,10	5,38	28,921	34,515
9	A-Qroup Sığorta	12 603 446,69	3,86	14,908	14,744
10	Beynəlxalq Sığorta Şirkəti	11 240 596,61	3,44	11,858	27,844
11	AtaSığorta	10 466 922,48	3,21	10,282	8,126
12	Xalq Sığorta	10 219 188,22	3,13	9,801	11,896
13	Sənaye Sığorta	10 073 570,83	3,09	9,523	12,489
14	Qarant Sığorta	4 511 196,59	1,38	1,910	4,048
15	Bakı Sığorta	2 422 090,55	0,74	0,551	1,171
16	Alfa Sığorta	2 422 064,33	0,74	0,551	2,057
17	Buta Sığorta	2 295 019,82	0,70	0,494	2,589
18	Rəvan Sığorta	2 141 656,71	0,66	0,430	1,004
19	Başak İnam Sığorta	1 006 736,00	0,31	0,095	0,705
20	Əmrəh Sığorta	886 209,46	0,27	0,074	0,117
21	Azərbaycan Sığorta	299 949,24	0,09	0,008	0,024
22	Günay Sığorta	80 339,50	0,02	0,001	0,004
23	Qala Sığorta	62 133,00	0,02	0,000	0,002
24	Era Trans Sığorta	0,00	0,00	0,000	0,018
	YEKUN	326 427 414,13	100,00	1 019,82	861,587

Mənbə: <http://sigorta.maliyye.gov.az/>, müəllifin hesablamaları

Bütün yuxarıda sadalananları nəzərə alaraq, yekunda qeyd etmək lazımdır ki, sığorta bazarlarını müqayisə edərkən bütün faktorlar nəzərə alınmalı, yalnız sığorta haqlarının həcmi deyil, eyni zamanda bazarda sığortanın sıxlığı, onun nüfusetmə faizi, eləcə də rəqabətlik səviyyəsi əsas götürülməlidir.

2.2. Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında risklərin qiymətləndirilməsi

Sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında risklərin qiymətləndirilməsinin böyük rolu vardır. Bu həm makroiqtisadi səviyyədə risklərin idarə edilməsini, həm də mikroiqtisadi səviyyədə risklərin idarə edilməsini nəzərdə tutur. Makroiqtisadi səviyyədə risklərin idarə edilməsində risklər aşkar edilir, həmçinin risklər təhlil edilir və onlara iqtisadi cəhətdən nəzarət edilir. Risklərin idarə edilməsini 4 mərhələyə bölürük:

- risklərin eyniləşdirilməsi və ya müəyyən edilməsi;
- riskin baş verməsi ilə onun potensial nəticələrinin qiymətləndirilməsi;
- riskin özünün idarə edilməsi, yəni riskin baş verməsi nəticələrinin optimallaşdırılmasına imkan verən müəyyən üsulların seçilməsi;
- risklərin idarə edilməsi və onlara nəzarət etmə.

Riskin idarə edilməsinin birinci mərhələsində – Riski idarə edən subyektin fəaliyyətinə məxsus olan risklərin əmələ gəlməsinin dəqiqləşdirilməsini və təsnifatını nəzərdə tutur. Riski idarə edən subyekt kimi dövlət, təsərrüfat subyekti (xüsusi sahibkar və hüquqi şəxs) və nəhayət, insan çıxış edə bilər. Müəyyən olunur, riski idarə edən subyektin xüsusiyyətləri nəzərə almaqla, risklərin yığılımı və onların xüsusiyyətləri eyni ola bilməz.

Dövlət idarəetməsi vəzifəsinin genişliyi, vətəndaşların sosial təminatının səviyyəsinin təmin edilməsi zəruriliyi, nəhayət, iri həcmli təbii fəlakətlərin qarşısının alınması üçün vəsaitlərə olan təcili tələbatın yüksək ehtimalını bu cür risklərin idarə edilməsi üsullarının seçilməsi ilə müəyyən edirlər. İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərən sahibkarlar da beləcə dəqiq olaraq iqtisadi fəaliyyət göstərdiyi sahənin xüsusiyyətlərini, əsas vəsaitlərin tərkibini və texniki vəziyyətini əks etdirən risklərin fərdi tərkibini, istehsal dövrünün xüsusiyyətlərini, istehlak edilən xammalın tərkibini və

coğrafiyasını, istehsal obyektlərinin coğrafi yerləşməsinə, valyuta sazişlərini, mal satanların və alıcıların tərkibini, onların kredit tarixini və s. diqqətlə qəbul etməlidir.

Riskin idarə edilməsini fərdiləşdirən vacib amillər vətəndaşların gəlirlərində və əmlak vəziyyətlərindəki fərq, müxtəlif peşə sahiblərinə məxsus risklərin xüsusiyyətləri, ailələrin tərkibi və başqa amillər ayrı-ayrılıqda götürülmüş hər bir şəxsə və ya kollektiv üzvünə münasibətlərdir. Riskin idarə edilməsinin obyektini dedikdə idarə edən subyektin fəaliyyəti ilə əlaqədar olan əmlak mənafehlərinin məcmusu başa düşülür. Əmlak mənafehləri məcmusu idarə edən subyektin aktivlərini və öhdəliyini, maliyyə orqanlarını və maliyyə nəticələrini xarakterizə edə bilər. Bir sözlə desək, riskin idarə edilməsinin obyektini kimi əmlak mənafehlərini aşağıdakı qayda ilə təsnifləşdirmək olar:

- təsərrüfatçılıq subyektlərinin əsas və dövriyyə vəsaitlərinin, ev əmlakının və fərdi mülkün, idarə subyektinin mülkiyyətində olan qeyri – material aktivlərinin daxil edildiyi əmlak hüquqlarına və əmlaka sahib olmaqla, onlara sərəncam verməklə və onlardan istifadə etməklə əlaqədar olan əmlak mənafehləri. Özünün əmlakından başqa, bu anlayışa istehsalatdan və başqa fəaliyyətdən gözlənilən gəlirləri də daxil edirlər. Məsələn, anbarda baş vermiş yanğın nəticəsində əsas və dövriyyə fondlarının, malların məhv olmasından başqa təsərrüfat fəaliyyətinin subyekti normal istehsal prosesinin dayanması ilə əlaqədar xeyli zərərlərə məruz qala bilər. Onlara məhsulun təchiz edilməsi üzrə müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməməsi nəticəsində bazar payının itirilməsi, alınmış kreditlərin ödənilməsi üçün mənbələrin olmaması, icbari vergilərin və digər tədiyyələrin ödənilməsi zəruriliyi ilə əlaqədar büdcə və sosial sığorta orqanları qarşısında öhdəliklər və s.;

- əmlak və əmlak hüquqlarına sahib olmaqla, onlara sərəncam verməklə və onlardan istifadə etməklə əlaqədar olan hüquqi öhdəliklərin və müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməməsi, ya da müəyyən hərəkətlər etmə və ya fəaliyyətsizlik (hüquqşünaslıqda bu cür öhdəliyi delikt adlandırırlar) nəticəsində üçüncü şəxslərin əmlak mənafehlərinə vurulan ziyan nəticəsində əmələ gələn əmlak mənafehləri. Avtonəqliyyat vasitəsinin sahibi üçün bu cür öhdəliklər yol-nəqliyyat hadisəsinə səbəb olan günahkar və ya ehtiyatsız hərəkətlərdən əmələ gələ bilər ki, yol-nəqliyyat hadisəsi nəticəsində də başqa şəxsə

məxsus olan nəqliyyat vasitəsi və ya əmlak zədələnmişdir, ya da başqa şəxslərə zədə vurulmuş və ya həmin şəxslər ölmüşdür;

- fiziki şəxslərin həyatı, sağlamlığı, əmək qabiliyyəti və pensiya təminatı ilə əlaqədar olan əmlak mənafeləri. Bu cür əmlak mənafeləri vətəndaşların özlərinə məxsusdur və zədələnmə və ya xəstəlik nəticəsində peşə fəaliyyətini həyata keçirmək qabiliyyətini itirməklə əlaqədar ola bilər. Həmin zədələnmə və xəstəlik həm zərərçəkənin özü üçün, həm də ailə üzvləri üçün başqa pul mənbələrinin olmasını tələb edir və ya ailə başçısının ölməsi ilə əlaqədar mənəvi iztirabdan başqa iş qabiliyyəti olmayan ailə üzvlərinin və himayədə olanların maliyyə vəziyyətlərinin pisləşməsinə səbəb olar. Eyni zamanda bu cür əmlak mənafeləri başqa risk menecmentinin subyektində də əmələ gələ bilər: dövlət və təsərrüfatçılığın xüsusi subyektləri. Konstitusiyaya əsasən dövlət xoşagəlməz hadisələr baş verdikdə vətəndaşların əmlak mənafeələrini onların həyatını və sağlamlığını təmin etməyə borcludur, bu eyni zamanda istehsal prosesində məşğul olan fəhlə və qulluqçular üçün də ədalətlidir.

Qeyd etdik ki, ikinci növ risklərin idarə edilməsi mikroiqtsadi səviyyədə risklərin idarə edilməsidir. Bu idarəetmədə risklərin inkişaf etməsinin statistik qanunauyğunluqlarını və risklərlə əlaqədar zərərlərin aşkar edilməsi müəyyən olunur. Bunun üçün bir neçə il ərzində statistik müşahidələr aparmaq vacibdir. Əgər bu olarsa, risklər normal bölüşdürülər və onlardan uzaqlaşmaq daha rahat olar. Bu cür statistik müşahidələrin aparıldığı dövrü biz tarif dövrü adlandırırıq. Müəyyən olunmuşdur ki, bu müşahidə dövrü bir nə qədər uzunmüddət davam edərsə, sığorta tarifləri də bir o qədər əsaslandırılmış olur. Həmçinin zərərlərin təhlil edilməsi, sığortaçılar üçün mühüm olan göstəriciləri baş vermiş, lakin bildirilməmiş zərərlər ehtiyatını, zərərlik dəyişmələri ehtiyatını və qəzalar ehtiyatını proqnozlaşdırmağa imkan verir. Qeyd edək ki, statistik müşahidələrin spektri kifayət qədər geniş olmalıdır. Çünki belə olan halda böyük ədədlərin yerləşdirilməsi qanunlarından və risklərin, zərərlərin bölüşdürülməsi funksiyalarının qurulması üçün ehtimallar nəzəriyyəsindən istifadə edilməsi mümkün olur.

Bizə məlumdur ki, sığorta tariflərinin hesablanılmasında sığorta dövrü ərzində həmin ərazidə baş verən və müəyyən risklər tərəfindən vurulan zərərlərin gözlənilən kəmiyyəti ilə sığorta tarifləri miqdarı arasında bərabərlik qoyulmuşdur. Burdan belə bir nəticə çıxır:

- Bu cür statistik müşahidələr əsasında alınan nəticələr doğrudur və yalnız tədqiq edilən ərazidə (və ya risklərin seçilməsində) istifadə edilə bilər;

- Eyni zamanda gələcəkdə hesablamaların əsaslandırılması yalnız ilkin hesablama bazasına qoyulmuş həmin tarif dövrü üçün yoxlanıla bilər.

Riskin qiymətləndirilərkən ən vacib məsələ riskin baş verməsi nəticəsində vurulmuş maksimum mümkün olan zərərin proqnozlaşdırılmasıdır. Belə qiymətləndirmə risk menecmenti ilə əlaqədar olan məsrəfləri azaldır. Ola bilər ki, qarşısının alınma tədbirləri sistemi mövcuddur bu zaman bütün obyekt deyil, onun müəyyən hissəsi məhv ola bilər. Bu cür yanaşmanı nümunə ilə izah edək. Məsələn, Nyu-Yorkdakı ticarət mərkəzini (11.09.2001-ci ildə baş vermiş terror əməliyyatı) sığorta etdikdə sığorta müqaviləsi bağlanarkən bu binalardan birinin sığortalanmadığı aşkar edilmişdir, belə ki, maksimum mümkün olan zərərin qiymətləndirilməsi iki binanın eyni zamanda konstruktiv məhv olmasının qeyri-mümkünlüyü fərziyyəsi əsasında qurulmuşdu.

Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, riskin idarə edilməsi mürəkkəb bir prosesdir.

Ümumiyyətlə sığortaçının fəaliyyəti digər təsərrüfat subyektlərində köklü şəkildə fərqlənir, çünki bu fəaliyyət istehsal prosesinin fasiləsizliyinə və müxtəlif təsadüflər nəticəsində dəyən zərərlərin ödənilməsinə yönəldilmişdir. Sığorta riskinin hər biri fərdi ölçüyə malikdir. Onun həcmi bir sıra amillərdən, o cümlədən sığorta hadisəsinin ehtimal səviyyəsindən asılıdır. Təbiətin dağıdıcı qüvvələrinin təsiri bir sıra hallarda faciəvi xüsusiyyətə malik olur, maddi ehtiyaların və insan həyatının itkiləri ilə nəticələnir. Belə şəraitdə fəaliyyət gösdərən sığortaçının əhəmiyyəti daha da artır. Bu, hər şeydən əvvəl elmi-texniki inqilab dövründə risklərin həcmi və miqyasının artması ilə əlaqədardır.

Fəaliyyətin sosial məsuliyyətli olması sığortaçının dövlət tərəfindən nəzərə alınmasını zəruri edir. Daha ümumi forma kimi bu nəzarət, sığortaçının maliyyə

vəziyyətinin tədqiq olunmasında və onun sığorta etdirən şəxs qarşısındakı müqavilə öhdəçiliyinin qəbul etməsi üçün ödəniş qabiliyyətində malik olmasında öz əksini tapmışdır.⁴

Hər bir sığorta şirkətinin məqsədi də elə bir sığorta portfeli yaratmaqdan ibarətdir ki, orada gözlənilən risk səviyyəsi ən aşağı gözlənilən gəlir səviyyəsinin isə tələb edilən olmasıdır. Bütün portfel nəzəriyyələri bu məqsədə ancaq bir yolla çantanın diversifikasiyalaşdırılması yolu ilə nail olunmasını mümkün hesab edir. Önemli olan budur ki, sığorta çantası düzgün maliyyə alətləri ilə formalaşdırılsın və maliyyə baxımdan sabit olsun. Portfel nəzəriyyələrinə görə sığortaçının sığorta çantası yaradılarkən operator və ya anderrayter bir sıra məsələlər üzrə qərar qəbul etməlidir.

Anderayting prosesi- Sığorta hadisəsinin baş vermə ehtimalının təyin olunması əsasında qurulub. Digər sözlə desək, anderayting prosesinə- Risklərin İdarə Edilməsi (Risk Management) prosesi demək olar.

Anderayter risklərin idarə edilməsi prosesində aşağıdakı məsələlər üzrə qərar qəbul etməlidir:

- 1) Risk səviyyəsinə uyğun olaraq hansı tip portfelin seçilməsi
 - a) Yüksək risk səviyyəsi- Çantanın aqressiv tipi
 - b) Yüksək olmayan risk səviyyəsi- Çantanın mülayim tipi
 - c) Riskin aşağı səviyyəsi- Çantanın konservativ tipi
- 2) Sığorta çantasının risk və gəlir nisbətinin mümkün variantlarının qiymətləndirilməsi
 - a) Klassik üsul (Ənənəvi sığorta məhsulları çeşidinə istinad edir)
 - b) İxtisaslaşmış üsul (Yeni və ya müəyyən istiqamətli sığorta məhsulları çeşidinin tətbiqi)
 - c) Kombinəlanmış üsul (Ənənəvi və sığorta məhsulları çeşidlərinin əlaqəli tətbiqi)

⁴ Sığorta işi: Müasir kurs-Prof. Xudiyev N.N.-Bakı 2015-ci il

Sığorta çantasını formalaşdıran mütəxəssis də bütün bunları nəzərə alaraq aşağıdakı məsələlər üzrə qərar qəbul edir:

- Sığorta xidmətləri çantasının hansı tipini götürür-Sığorta çantasında risk və gəlir nisbətini qiymətləndirir, sığorta çantasında hər bir risk üzrə gəlir və xərc nisbətinin xüsusi çəkisini müəyyənləşdirir.
- Sığorta çantasının risk dərəcəsi Sığorta çantasının risk dərəcəsi asılı olaraq ilkin tərkibini müəyyən edir.(yüksək,orta və aşağı risklər)
- Sığorta çantasının sığorta növləri üzrə gəlirliliyinin müəyyən edilməsi,buna isə sığorta çantasının keyfiyyəti,həcmi və strukturu əsasında nail olmaq mümkündür.

Sığorta çantası nəzəri və praktiki baxımdan düzgün idarə olunmazsa,heç bir effekt verməz.Sığorta çantasının idarə edilməsi dedikdə,aşağıdakılara imkan yaradan metod və texnoloji imkanların məcmusu başa düşülür.

- + İlkin nizamnamə kapitalının qorunub saxlanması
- + Maksimal gəlir səviyyəsinə nail olunması
- + Sığorta çantasının maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi
- + Riskin minimumlaşdırılmasının təmin edilməsi

Sığorta əməliyyatlarının maliyyə sabitliyini təmin edən əsas şərtlərdən biri təkrarsığorta əməliyyatlarıdır.Qeyd etdik ki, sığorta ehtimal nəzəriyyəsinə əsaslanır və bu nəzəriyyələrdən ən əsası böyük ədədlər qanununda öz əksini tapmışdır.Bu qanuna əsasən böyük sayda təsadüfi amillərin fəaliyyəti hadisədən asılı olmayan nəticələrin ümumi şərtlərini əmələ gətirir.Sığortada bu qanunun mahiyyəti aşağıdakı mənanı kəsb edir:

Risqlərin(sığorta obyektlərinin) sayı nə qədər çox və onlar öz ölçülərinə və təhlükəyə məruz qalmalarına görə bir-birinə nə qədər oxşar olarlarsa, onların sığorta çantası (sığorta olunmuş obyektlərin məcmusu) bir o qədər sabit olur.

Sığortaya qəbul olunmuş risklərin sığorta məbləğinin bərabərləşdirilməsi, sığorta çantasının tarazlaşdırılması, sığortaçının maliyyə imkanlarına uyğun olaraq sığorta

məbləği üzrə potensial məsuliyyətin həyata keçirilməsi və eləcə də sığorta əməliyyatları və onların səmərəliliyinin maliyyə cəhətdən sabitliyinin təmin olunması üçün yenidən sığorta mühüm rol oynayır.

Yenidənsığorta iqtisadi münasibətlər sistemini əhatə edir və bu prosesin həyata keçirilməsi zamanı sığortaçı riskləri sığortaya qəbul edərək onların məsuliyyətinin bir hissəsinin tarazlaşdırılması, sığorta çantasının yaradılması, maliyyə sabitliyinin və sığorta əməliyyatlarının səmərəliliyinin təmin olunması məqsədilə razılaşdırılmış şərtlərə əsasən digər sığortaçıya təhvil verir. Eyni zamanda sığorta mükafatının müəyyən hissəsi də digər sığortaçıya təqdim olunur.

Risqlərin idarə olunması vasitəsilə nəinki sığorta çantasının iri sığorta hadisələrinin təsirindən müdafiə etmək olur, həm də sığorta məbləğinin ödənilməsi bir sığorta cəmiyyəti tərəfindən deyil, yenidən sığortanın bütün iştirakçıları tərəfindən həyata keçirilir.

Heç bir sığorta kampaniyası yenidənsığorta təminatına malik olmadan sığortaya belə riskləri qəbul edə bilməz. Əksər hallarda sığortaya tətbiq olunan risklərin məbləği o qədər yüksək olur ki, müxtəlif sığorta bazarlarının tutumu sığortanın tam həcmində təmin olunmasına kifayət etmir. Bu zaman risk zərərin bir sıra sığortaçılar arasında bölüşdürülməsi məqsədilə yenidən sığorta kanalları vasitəsilə digər sığorta bazarlarına, o cümlədən xarici ölkələrə ötürülür.

Qeyd etdiklərimizi nümunə ilə göstərək: Bildiyimiz kimi sığortaçılar beynəlxalq aləmdə işləyir. Buna görə də bugün Azərbaycan, yaxud İngiltərə, Amerika sığortası deyil, ümumi sığorta vardır desək yanlışdır. Hadisənin harada və hansı ölkədə yaranmasının fərqi yoxdur.

2011-ci ildə 11 Sentyabr Amerikada baş verən terror aktına görə dünyanın bütün sığortaçıları Amerika vətəndaşlarına, orada həlak olanlara, böyük əmlak sahiblərinə pul ödədilər. İngiltərə, Almaniya, Yaponiya sığortaçıları onların hesabına külli miqdarda pul köçürdülər. Bir sözlə bu pulların çoxu Amerikadan kənar ölkələrdən daxil oldu. Çünki, heç bir ölkənin nə qədər qüdrətli dövlət olsa da, onun sığorta şirkətlərinin iri risklərini

ödəmək imkanı yoxdur.Əgər o risklər Amerikada qalsaydı, sığorta şirkətlərinin çoxu bankrot olardı, pulları verməyə sığorta şirkətlərinin imkanı olmazdı.

Biz özümüz şahidi olduq ki 2000-ci il 25 Noyabrda Bakıda zəlzələ baş verəndə dövlət külli miqdarda vəsait ayırdı.Bu isə dövlətimizin büdcəsinə 70 milyard manatdan çox zərər verdi.Əgər bütün binaların, əmlakların və idarələrin sığortası olsaydı, həmin məbləğləri sığorta şirkətləri ödəyərdi, büdcəyə zərər dəyməzdi.

Digər bir hadisə Bayılda torpaq sürüşməsinin nəticələrinin aradan qaldırılmasına 60 milyard manat sərf olundu.Bütün bunlara görə sığortaçılar özlərini iri risklərdən qorusalar, bunun büdcə vəsaitlərinin saxlanmasına xeyli köməyi dəyər.

Həmin risklərdən sığortaçılar və büdcə özünü xilas etmək üçün gərək əhali, sahibkar, hər hansı mülk sahibləri öz məsuliyyətlərinin başa düşsünlər, öz işçilərini mütləq sığortalasınlar.⁵

⁵Xalq qəzeti/2001/22 Sentyabr/səh.4

III Fəsil. Qlobal maliyyə resessiyası mərhələsində sığorta strategiyası və taktikasının təkmilləşdirilməsi

3.1. Qlobal maliyyə böhranı şəraitində sığorta şirkətlərinin antiböhran siyasəti

2015-ci il Azərbaycanda Böyük Devalvasiya ili kimi yadda qaldı. İlin əvvəli ilə müqayisədə iki mərhələdə 99% devalvasiyaya uğramış manat azərbaycanlıları 20 il əvvəlin narahat günlərinə qaytardı. Dollar 1,55 manata, avro 1,6850 manata yüksəldi. Azərbaycan manatı 2015-ci il ərzində MDB və Avropa məkanında ən çox dəyərdən düşən valyuta oldu

Qeyd edək ki, Mərkəzi Bankın İdarə Heyəti 21 dekabr 2015-ci il tarixində üzən məzənnə rejiminə keçilməsi barədə qərar qəbul etdi. Bu isə manatın ABŞ dollarına qarşı kəskin ucuzlaşmasına səbəb oldu. Mərkəzi Bankın bəyanatında qeyd olunur ki, qlobal iqtisadiyyatda müşahidə olunan mürəkkəb proseslər, aparıcı mərkəzi bankların son qərarları, dünya enerji daşıyıcıları bazarlarında təklifin artması, iri iqtisadiyyata malik və əsas neft istehlakçıları olan bir sıra inkişaf edən ölkələrdə iqtisadi artımın zəifləməsi, habelə digər qlobal amillər neftin qiymətinin 2014-cü ilin iyun ayından bəri 3 dəfədən çox aşağı düşməsinə gətirib çıxarmışdır.⁶

Bütün bu proseslər qlobal iqtisadiyyata sıx inteqrasiya olunmuş Azərbaycan iqtisadiyyatına da öz təsirini göstərmişdir. Ölkənin xarici ticarət balansının müsbət saldosu və valyuta daxilolmalarının digər mənbələri kəskin azalmışdır. Ölkənin valyuta bazarına və manatın məzənnəsinə ciddi təzyiqlərin yaranmasını nəzərə alaraq cari ilin fevral ayında manatın devalvasiyası həyata keçirilmiş, iqtisadiyyat, valyuta bazarı və manatın məzənnəsi neftin 50-55 dollar qiymətinə adaptasiya olunmuşdu.

Uzunmüddətli xarakter daşıyan xarici iqtisadi şokların güclənməsini nəzərə alaraq, tədiyə balansının tarazlaşdırılması, ölkənin valyuta ehtiyatlarının kritik səviyyədə qorunması, milli iqtisadiyyatın beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin təmin olunması məqsədilə Mərkəzi Bankın İdarə Heyəti 21 dekabr 2015-ci il tarixində üzən məzənnə

⁶ <http://news.milli.az/>

rejiminə keçilməsi barədə qərar qəbul etmişdir. Bu qərara əsasən manatın məzənnəsi başlıca olaraq valyuta bazarında tələb və təklifin nisbətini müəyyən edən fundamental amillərin təsirinə uyğun olaraq formalaşacaqdır. Mərkəzi Bankın valyuta bazarında iştirakı isə bu rejimə uyğun həyata keçiriləcəkdir.

Eyni zamanda banklarda əhalinin əmanətlərinin və digər depozitlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədilə bankların maliyyə dayanıqlığının, kapital və likvidlik mövqeyinin gücləndirilməsi, əmanətlərin sığortalanması sisteminin təkmilləşdirilməsi məqsədilə kompleks tədbirlər görülməcəkdir.

Mərkəzi Bank devalvasiyadan sonra öz xarici valyuta ehtiyatlarından istifadə etməklə manatın məzənnəsindəki stabilliyi qorumağa çalışdı. Nəticədə sözügedən bankın valyuta ehtiyatları 18 milyard dollardan 5 milyard dollaradək azaldı. Bu da bilavasitə manatın kursunu qorumaq üçün istifadə edildi.

Devalvasiya prosesi iqtisadiyyatın bir çox sahələrində olduğu kimi sığorta bazarında da təsirsiz ötüşmədi. Bir sıra ekspertlər iqtisadi vəziyyəti sığorta bazarında müxtəlif cür qiymətləndirdilər.

“Amrah Sığorta” şirkətinin idarə heyətinin sədr müavini Rəşid Salıfov qeyd etdi ki, devalvasiya əvvəlcədən öz risklərini təkrarsığortaya ötürən şirkətlərə bir o qədər təsir etməyəcək. Həmçinin qeyd edib ki, avtomobillərin ehtiyat hissələrinin qiymətlərinin artması sığorta şirkətlərinin təmir xərclərinin artmasına səbəb ola bilər. Həm xaricdən gətirilən ehtiyat hissələri bahalaşacaq həm də avtomobilin təmiri üçün usta xərcləri də artacaq. O, həmçinin qeyd edib ki, xaricdən gətirilən dərman və tibbi ləvazimatların bahalaşması isə sığorta şirkətləri üçün tibbi sığorta xərclərini artıracaq. Lakin bu sahədə dövlət tənzimlənməsinin olması xərclərin nə qədər olacağını deməyə imkan vermir. Devalvasiya səyahət sığortasına da təsir edəcək. Belə ki, əvvəl Avropaya gedən turistlər səyahətlərini Gürcüstan və Türkiyə kimi ölkələrdə edəcəklər. Nəticədə səyahət sığortasına çəkdikləri xərci azaltmış olacaqlar.

Digər bir sığorta eksperti Xəyal Məmmədخانlı öz müsaibəsində bildirib ki, sığorta şirkətlərinin təkrarsığorta xərcləri artacaq. Məsələn, 10 milyon dollarlıq əmlakın

sığorta haqqı 10 min dollar təşkil edir. Sığorta şirkəti risklərinin yarısını öz üzərinə götürdükdən sonra digər yarısı üçün xarici təkrarsığorta şirkətinə 5 min dollar ödəməlidir. Aldığı sığorta haqqını dollara çevirib ödəməlidir. Yəni əvvəl 5 min dollar almaq 5250 manat ödəməli idisə, hazırda bunun üçün 7750 manat ödəməli olacaq. Bundan əlavə sığorta şirkətlərinin topladıqları sığorta haqları nisbətən azalacaq. Belə ki, gəlirlərin azalması fonunda şirkətlər işçilərinin tibbi sığortasını azaldacaqlar. Eyni zamanda avtomobil parklarına yenidən baxacaqlar. Yəni, korporativ avtomobil sığortası satışının da azalması gözlənilir.

Əlverişsiz iqtisadi vəziyyət bu il Azərbaycanın sığorta bazarında 15-20% azalmaya gətirə bilər. 2016-cı ildə Azərbaycanın sığorta bazarında iki tendensiya proqnozlaşdırmaq mümkündür: toplanan sığorta haqlarının həcmnin azalması və bəzi sığorta növləri üzrə zərərliyi artmasına gətirib çıxaracaq.⁷

Bütün bu proseslər bank sektorunun tənzimlənməsini, problemlə bankların sağlamlaşdırılması prosesinin aparılması, əmanətlərin sığortalanması ilə bağlı əlavə tədbirlərin görülməsini zəruri etdi. Sığorta şirkətlərində də mövcud vəziyyətlə bağlı sığorta siyasətinin aparılmasını vacib etdi.

Ölkəmizdə sığorta bazarının inkişafı üçün və həmçinin sığorta şirkətlərinin səmərəliliklərinin artırmağa görə strategik inkişaf tədbirləri və gələcək inkişaf məqsədi nəzərdə tutulub. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Sığorta şirkətlərinin məhsuldarlığını kiçik şirkətlərin birləşdirilməsi və istehsalın orta xərclərinin azaldılması ilə artırmaq və böyük həcm kapitalı olan sığorta şirkətlərinin yaranma zərurəti və birləşmə vəziyyətlərində istifadə etmək üçün sığorta şirkətlərinin birləşdirilməsi, məhsuldarlıq və səmərəliliklərini artırmaq hiss olunur. Böyük şirkətlər zərərlərin xərclərinin azaldılma bilmə qabiliyyətinə malik olduğu və böyük ədədlər qanunundan istifadə etməsinə görə rəqabət meydanında uğur əldə edə biləcəklər.

⁷ www.fins.az

2. Sığorta şirkətləri miqyas məhsuldarlığı və daha yaxşı miqyaslarda fəaliyyətin müəyyən edilməsi üçün bazarın inkişafı və sığortalıların sığorta xidmətlərindən istifadə edilməsinə təşviq edilməsini təmin etmək

3. Sığorta şirkətlərinin investisiyalarının artırılması üçün bu şirkətlərin xarici yatırımcılarının cəlb edilməsi

4. Statistika mühasiblər və təcrübəli ekspert işçilərindən istifadə etmək sığorta şirkətlərinin səmərəliliyinə və məhsuldarlığına birbaşa təsir göstərə bilər.

5. Müştərilərin və sığortaçıların razılıqları üçün sığorta şirkətlərinə nəzarəti gücləndirmək və sığortalıların, zərərçəkmişlərin hüququnun qorunması üçün nəzarət, yoxlama, ardıcıl hesabat işlərini yerinə yetirmək.

6. Təkrar sığorta standartlarının yaradılması

7. İnsan resurslarının davamlı təlimi və peşəkar davranış nizamnaməsinin hazırlanması sığorta şirkətlərinin məhsuldarlığının müəyyən edilməsində təsirlidir.

8. Sığorta şirkətlərinin növlərə bölünməsi və nəzarətçi təşkilatlar tərəfindən sığorta sahəsində bu bölgünün həyata keçirilməsi və dəqiq qiymətləndirmə metdoları sığorta şirkətlərinin inkişafı və sığortaçılıq, zərərçəkmişlərin hüquqlarının qorunmasına ümumi təsir göstərə bilər.

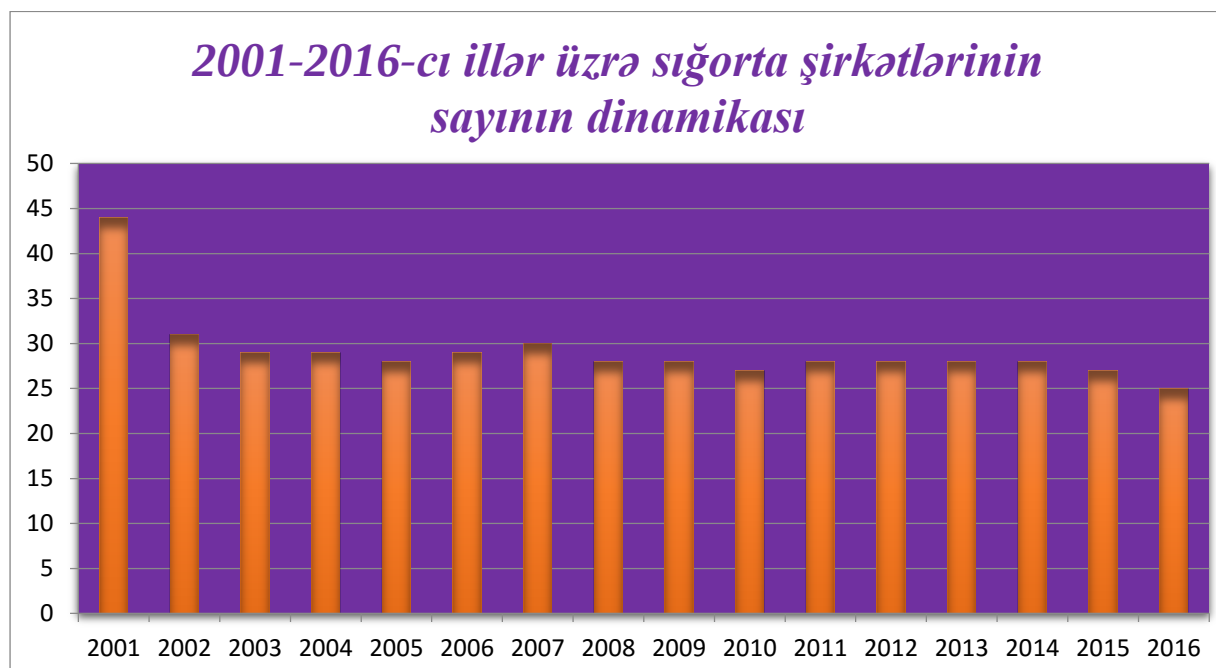
9. Sığorta şirkətlərinin sığorta şəhadətnaməsi və zərərin ödənilməsi haqqında aparat təminatı və proqram təminatı sistemlərinin əldə etdiyi son uğurlarında istifadə etməyə məcbur etmək zəruridir.

Bu səbəbdən də kiçik sığorta şirkətlərinin birləşməsi onlara bazarda qalmaq imkanı verəcəkdir.

Respublikamızda sığorta sahəsində aparılan islahatlar kəmiyyət dəyişikliyinə keyfiyyət dəyişikliyinə keçidi kimi qiymətləndirilməlidir. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, 2010-cu ilin yanvar ayının 1-ə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin sayı 27 olmuşdur. Belə ki, aparılan məqsədyönlü iqtisadi islahatlar nəticəsində daha zəif olan sığorta şirkətləri bazarı tərk etmişlər. Bu cür siyasətin aparıldığı bir vaxtda bazarda möhkəmlənmək üçün maliyyə resursları axtaran sığortaçılar

arasında birləşmə meylləri artmalıdır.Qeyd edək ki, milli valyutanın devalvasiyadan sonra bir neçə sığorta şirkətinin lisenziya ləğv edilmişdir.Bu hal bank sektorunda da özünü biruzə vermişdir. Bank mühitinin sağlamlaşdırılması məqsədilə onlardan bir neçəsi ləğv edilmiş və birləşdirilmişdir.

Diaqram 3



Diaqram 3-dən də göründüyü kimi 2001-ci ildə 44 sığorta şirkəti fəaliyyət göstərmişdir.Hazırda Azərbaycanda 25 sığorta şirkətinin fəaliyyət göstərmək üçün lisenziyası var.9 milyon əhalisi olan bir ölkə üçün bu rəqəm xeyli çoxdur.Müqayisə üçün qeyd edək ki,2001-ci ildə təkcə Yaponiyada 110 milyon əhalisi olan bir ölkədə 43 sığorta şirkəti fəaliyyət göstərmişdir.

Ölkədə yaranan iqtisadi çətinliklə əlaqədar ekspertlər də öz fikirlərini söyləmişlər.

“Azərbaycanın sığorta bazarı birləşməlidir, bu xüsusən ilk 15-iyə daxil ola bilməyən şirkətlərə aiddir”,- deyə X.Məmmədخانlı qeyd edib.Onun sözlərinə görə, bu şirkətlər əsasən bank strukturları ilə sıx əlaqədə idilər və yalnız bunun hesabına sığorta haqqı əldə edə bilirdilər. “Lakin biz bu gün bankların hansı vəziyyətdə olduğunu bilirik. Buna görə də , əgər kiçik sığortaçılar birləşməyə getməsələr öz fəaliyyətlərini dayandırmağa məcbur olacaqlar”,- deyə o əlavə edib.

“2015-ci ilin fevral ayının 21-də baş verən devalvasiyaya qədər “Bakı Sığorta” ASC-nin 170 əməkdaşı var idi. Hazırda isə şirkətin əməkdaşlarının sayı 60-a enib”.

Bu barədə açıqlamasında sığorta şirkətinin İdarə Heyətinin sədri Ramil Ağayev deyib.

Onun sözlərinə görə, ixtisarlar birinci devalvasiya dalğasından sonra mərhələli şəkildə aparılıb: “Personalımızın 70%-i ixtisar olunub. Əməkdaşlarımızın sayı 170 nəfərdən 60-a enib. Hazırkı vəziyyətdə 60 nəfər şirkətimiz üçün optimal bir saydır. Ona görə ki, sığorta biznesi kəskin sürətlə azalıb. Ştatın azaldılması bizdə keçən ilin fevralından mütəmadi olaraq başlamışdı. Həmin dövrdən etibarən biz iqtisadiyyatımızın hansı istiqamətdə inkişaf edəcəyini gözləyirdik. Buna əsasən, çalışırdıq anlayaq ki, ixtisara ehtiyac olacaq ya yox.

Çox təəssüf ki, devalvasiyadan sonra vergi yığımları ilə əlaqəli olan addımlar bizim qərarlarımıza çox kəskin təsir edib. Bununla yanaşı, devalvasiyanın birinci dalğasından sonra çoxsaylı şirkətlərin, habelə fiziki şəxslərin sığortalanmağa meyli azaldı. Həmin dövrdə bizim şirkətdə də yoxlamalar başlanmışdı. Açıqı biz düşünürdük ki, devalvasiyadan sonra sığorta şirkətlərinə yanaşmada güzəştlər ediləcək. Lakin, çox təəssüf ki, biz bunu görmədik. Halbuki, biz gözləyirdik ki, ən azı gəlir vergisinin minimal məbləği artırılacaq və 300-600 manat maaş alan insanlardan bu vergi tutulmayacaq. Bu, şirkətlərə də böyük kömək olardı. Beləliklə, biz seçim qarşısında qaldıq: ya xərclərimizi azaltmalı idik, ya da əməkdaşlarımızı ixtisar etmədən işimizə davam etməli idik. Sonuncu variant bizə çox mənfi təsir edəcəkdi. Məcburiyyət qarşısında qalaraq, biz ixtisar prosesinə başladırıq. Beləliklə, biz hər ay təxminən əməkdaşlarımızın ümumi sayını 10-15% azaltmağa başladırıq”.Şirkət rəhbəri əlavə edib ki, “Bakı Sığorta” ASC-nin bütün filialları ləğv edilib.

Buta Sığorta” şirkəti 2016-cı il üçün anti-böhran planı hazırlayıb. Bu barədə sığorta şirkətinin idarə heyətinin üzvü Kamran Babayev məlumat verib.Onun sözlərinə görə, hazırda manatın dollar qarşısında ucuzlaşmaqda davam etməsi sığorta bazarına təsir göstərməyə başlayacaq. Xüsusilə də, avtomobil sığortasında zərərlik artacaq. Belə ki,

avtomobillərlə yanaşı xaricdən gətirilən ehtiyat hissələrinin də qiyməti yüksəlir. Bu da öz növbəsində sığortalı avtomobillərlə bağlı təmir xərclərinin artması deməkdir.

Kasko qiymətləri bahalaşacaq- Sığorta şirkəti üçün zərərliliyin artmasının qarşısını almaq üçün anti-böhran planı hazırlanıb. Yanvar ayından etibarən planın detalları dəqiqləşəcək. Amma hələlik bununla bağlı bir neçə addımın atılacağı gözlənilir. Birincisi sığorta bazarındakı qiymətlərə uyğun olaraq kasko sığorta 17-18 % bahalaşa bilər. Bu isə o deməkdir ki, əvvəl 300 manata sığortalanan 10 min manatlıq avtomobil indi 50 manat baha sığortalanaçaq.

Ucuz servislərlə əməkdaşlıq ediləcək- Digər məsələ ondan ibarətdir ki, sığorta şirkəti əməkdaşlıq üçün avtoservislər arasında qiymətləndirmə apara bilər. K.Babayev bildirib ki, kefiyyəti eyni olan daha ucuz xidmət təklif edən avtoservislə əməkdaşlıq ediləcək. Ehtiyat hissələrinin qiymətlərində endirim etmək mümkün olmasa da, işçi xərclərində avtoservislər güzəştə gedə bilər.

Az zərərli sığortalara üstünlük veriləcək- Bundan əlavə zərərliliyin az olduğu sığorta növlərində satışların artırılmasına diqqət yetiriləcək. Məsələn, partnyorlarla əməkdaşlığı gücləndirib yük, fərdi qəza, əmlak sığortasında satışlar artırılacaq. Eyni zamanda gələn il üçün 2-3 yeni sığorta məhsulunun satışa çıxarılacağı gözlənilir.⁸

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev iqtisadi və sosial məsələlərin həlli ilə bağlı müşavirə keçirib. Prezident İlham Əliyev bildirib ki, 2015-ci ildə neftin qiymətinin kəskin düşməsi nəticəsində neft ixrac edən ölkələr çətinliklərlə üzləşiblər və bu proses indi də davam edir. Son bir ildə neftin qiymətinin 4 dəfə düşdüyünü, bunun isə gəlirlərin azalmasına təsir etdiyini deyən dövlət başçısı hazırda Azərbaycanın vəziyyətdən çıxmaq üçün addımlar atıldığını diqqətə çatdırıb.

Bu səbəbdən sığorta sektorunda da müəyyən islahatların aparılması zəruridir.

⁸ www.fins.az /sığorta xəbərləri

3.2.Azərbaycanda sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

Ölkədə yaranan iqtisadi çətinlikdən sonra sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi məqsədilə bir sıra islahatlar həyata keçirildi. Respublikamızda nəqliyyat vasitələrinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortasının inkişaf etdirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Yaşıl Kart bürosuna tam hüquqlu üzvlüyü ilə əlaqədar məsələ həll edildi. Qeyd edək ki, İcbari Sığorta Bürosu ilk dəfə 2012-ci ildə Yaşıl Kart Sisteminə üzv olmaq məqsədilə sistemin idarəedici orqanı olan Bürolar Şurasına sorğu göndərmişdir. Bu sorğuya ilkin olaraq müsbət rəy verilmiş və sistemə üzv olmaq istəyən Bürolar üçün zəruri hesab olunan hüquqi və digər tələblərlə tanış edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Yaşıl Kart Sisteminə qoşula bilməsi üçün “İcbari sığortalar haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa 28 noyabr 2014-cü il tarixində müvafiq dəyişikliklər edilmişdir. 28 May 2015-ci il tarixində Polşanın Sopot şəhərində keçirilən Bürolar Şurasının Baş Assambleyasında Azərbaycanın “Yaşıl Kart” Beynəlxalq Sığorta sisteminə qəbul olunması və 1 yanvar 2016-cı il tarixindən fəaliyyətə başlanması təsdiqlənmişdir. Yaşıl kart sisteminin basılıca məqsədi xarici avtonəqliyyat vasitələrinin iştirakı ilə baş verən yol-nəqliyyat hadisələri zamanı zərər çəkmiş şəxslərin bununla əlaqədar tələblərinin hadisənin baş verdiyi ölkənin daxili qanunvericiliyi ilə nəzərdə tutulmuş şərtlərə və qaydalara uyğun olaraq tənzimlənməsidir. Bu məqsədlər üçün, sistemə üzv büroların qarşılıqlı zəmanətə əsasında, avtomobil nəqliyyatı vasitələri ilə xarici ölkələrə səfər edən sürücülərin səfər ərzində mülki məsuliyyətini sığortalayan vahid təminat sistemi təşkil edilir. Nəticə etibarilə, avtomobil nəqliyyatı vasitələri ilə sistemin əhatə etdiyi xarici ölkələrə səfər edən sürücülərin öz ölkələrindəki sığortaçılardan Yaşıl Kart əldə etməsi onun bütün səfər boyunca mülki məsuliyyətinin tam sığortalanmasını nəzərdə tutur və səfər etdiyi hər bir müvafiq xarici ölkənin sərhədində yeni mülki məsuliyyət sığortası almaq tələbindən azad edir. Bir sözlə desək, avtonəqliyyat

vasitələrinin sahiblərinin (istifadəçilərinin) mülki məsuliyyəti üzrə beynəlxalq sığorta təminatı sistemi qismində fəaliyyət göstərir.⁹

Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində digər bir addım “İşsizlikdən sığorta haqqında qanun layihəsi”nin hazırlanması üçün tədbirlərin görülməsi oldu. Bunu əmək və əhalinin sosial müdafiəsi naziri Səlim Müslümov qeyd edib. O, qeyd edib ki, Azərbaycanda işsizlikdən icbari sığorta haqqında qanun layihəsi baxılması üçün icra hakimiyyətinin müvafiq orqanlarına göndərilib.

Onun sözlərinə görə, qanun layihəsi baxılması üçün İqtisadiyyat, Maliyyə, Ədliyyə nazirliklərinə, Azərbaycan Həmkarlar İttifaqına və Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Konfederasiyasına göndərilib: "Bu orqanlar tərəfindən şərhlər və iradlar alındıqdan sonra qanun layihəsi yekun olaraq tam hazırlanaraq baxılması üçün Nazirlər Kabinetinə göndəriləcək".

İşsizlikdən sığorta necə olacaq? İşsizlikdən sığorta işsizlik üzrə müavinətdən fərqlənəcək. İşsizlikdən sığorta işsiz qalmış insanlara müəyyən dövr ərzində sığorta ödənişləri almağa imkan verəcək. Sığorta ödənişləri həmin şəxsin öz rəsmi əmək fəaliyyətində həyata keçirdiyi ayırmalar hesabına aparılır.

Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsində digər bir yenilik onlayn səyahət sığortasına keçid oldu. Bununla da Azərbaycanda səyahət sığortasını elektron qaydada almaq olacaq. Artıq sığorta şirkətlərindən biri “Beynəlxalq Sığorta” şirkəti səyahət sığortasının elektron satışına başlayıb. Şirkətin biznesin inkişafı departamentinin rəhbərinin qeyd etdiyinə görə Azərbaycanda ilk dəfə tətbiq olunan bu xidmət sayəsində xarici ölkələrə gedənlər səyahət sığortası şəhadətnaməsini vaxt itirmədən, dünyanın hər bir nöqtəsindən, bir neçə saniyə ərzində əldə edə bilirlər. Səyahət sığortasının elektron satışı “Beynəlxalq Sığorta”nın saytı vasitəsilə həyata keçirilir. Günün 24 saati və həftənin 7 günü ərzində internet səhifəsinə daxil olub, lazım olan sığorta paketini seçmək lazımdır. Müştəri əvvəlcə internet səhifəsində təqdim olunan formanı doldurur. Hesablanmış sığorta haqqı bank kartları vasitəsi ilə ödənildikdən bir neçə saniyə sonra, sığorta

⁹ <http://isb.az/>

şəhadətnaməsi onun elektron ünvanına göndərilir. Bundan sonra müştəri sığorta şəhadətnaməni elektron qaydada ya da çap edərək tələb olunan yerə təqdim edə bilərlər. Bu sistemin özəlliyi ondan ibarətdir ki, sığorta şəhadətnaməsi alarkən, müştərinin şirkətin əməkdaşları ilə təmasda olmasına artıq ehtiyac qalmır.

Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində digər bir addım Azərbaycanda icbari tibbi sığortanın tətbiqi ilə bağlı islahatlar planının hazırlanması olub. Avropalı ekspertlər Azərbaycanda icbari tibbi sığortanın tətbiqi ilə bağlı Bakıda müzakirələr aparıblar. Avropa İttifaqının maliyyələşdirdiyi “SOCEİUX” layihəsi çərçivəsində icbari tibbi sığorta və səhiyyə islahatları üzrə ekspertlər Mişel Villak, Erika Riçardson, Andrey Tretyak Nazirlər Kabineti yanında İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyinin dəvəti ilə Bakıya gəlirlər. İcbari tibbi sığorta sisteminin ödəmə metodları, Azərbaycanda icbari tibbi sığortanın tətbiqi üçün aparılmalı olan islahatlar müzakirə mövzusu olub. Bu görüşlər çərçivəsində Azərbaycanın hansı ölkələrin təcrübəsindən yararlanı biləcəyini, həmin ölkələrdə icbari tibbi sığorta sistemi qurularkən ortaya çıxan çətinlikləri və eyni problemlərlə üzləşməmək üçün önleyici tədbirlərin həyata keçirilməsi haqda fikir mübadiləsi aparılıb.

Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində islahatlarla yanaşı sığorta sahəsinə müəyyən yeniliklər də gətirilib. Bu yeniliklərdən biri tibbi sığortada ilk dəfə olaraq “Konsyerj” xidmətinin həyata keçirilməsidir. Bu xidmət ilk dəfə olaraq A Qrup Sığorta” şirkəti tərəfindən başlayıb. Konsyerj xidməti tibbi sığorta ilə bağlı göstərilir. Yəni, sığorta şirkətinin nümayəndəsi klinikaya müraciət edən müştəriləri bütün prosedur boyu özü yönləndirir. Bu xidmət aşağıdakı ardıcılıqla həyata keçiriləcək:

1. Müştəriləri özü yönəldir - Məsələn, bəzi hallarda müalicə olunmaq istəyən müştəri xəstəliyi ilə bağlı kimə, necə müraciət etməli olduğunu bilmir. Hansısa növbədə gözləmə, həkimi axtarmaq və digər hallar istər-istəməz müştəridə narazılıq yaradırdı. İndi isə sığorta şirkətin klinikadakı nümayəndəsi müştərinə qarşılamaqdan tutmuş, bütün prosedur boyu müşayiət edəcək. Bundan əlavə şirkətin nümayəndələri həkimlərdən seçildiyi üçün müştərinin bütün suallarını cavablandırma biləcək. Bütün lazımi tibbi

sənədlər və müayinələrin nəticələri ilə sığorta olunanları təmin edirlər. Bundan əlavə “A Qroup Sığorta”-nın tibbi konsyerji stasionar müalicə zamanı palatalarda sığorta olunanları ziyarət edirlər. Hətta səhərlər yeni mətbuatı təklif edir, cavan analara körpə üçün qulluq haqqında jurnalları təmin edir, valideyinlər həkimdə olan zaman uşaqları əyləndirir.

2.Klinikada xidmətə nəzarət edəcək- Sığorta şirkətinin konsyerj xidmətinin nümayəndəsi digər tərəfdən, müştərilərə göstərilən xidmətin keyfiyyətinə nəzarət edir. Məsələn, müştəri cərrahiyyə əməliyyat edilib klinikada müalicəsini davam etdirirsə, bu zaman tibbi personalın xidməti onu qane etmirsə, sığorta şirkətinin nümayəndəsinə müraciət edə bilər.

3.Analizin cavabı müştərinin elektron poçtuna gələcək- Artıq tibbi sığortalı klinikada analizin cavablarını əldə etmək üçün gözləməli olmayacaq. Sığorta şirkətinin nümayəndəsi analizlərin cavablarını əldə edərək, müştərinin elektron ünvanına göndərəcək və ya telefonla məlumat verəcək. Ümumilikdə şirkətin konsyerj xidməti müştərilərinin klinikada üzləşdikləri bütün məsələlərin həllini təmin edirlər

Sığorta sahəsində digər bir yenilik Azərbaycanda “Rəngli Sığorta”-nın satılmasıdır.Yeni layihə «Sığortana rəng qat» adlanır. Söhbət üç rəngdə satılacaq sığorta şəhadətnamələrindən gedir. Qırmızı, yaşıl və göy rəngdə olan şəhadətnamələr avtomobil, əmlak və səfər sığortasını əhatə edəcək.İstənilən şəxs bu üç növdən birini əldə edərkən üç rəngdən birini seçə bilər: “Qırmızı rəng bizim partnyorumuz olan talassemiya xəstələri olan uşaqlara yardım fondu - qan bankıdır. Yəni, qırmızı rəngdə alınan bütün sığorta polislərinin dəyərinin 5%-i həmin fonda köçürülür, talassemiyalı uşaqlara yardım edilir. Göy rəngdə sığorta polisləri üzrə yığılan məbləğin 5%-i məktəb icmaları təşkilatının xüsusi fonduna çatacaq. Yaşıl polislərin 5%-i isə ətraf mühitin qorunması, təmizlik və ekologiya məqsədləri üzrə işləyən “Təbiətin dostları” fonduna köçürülür”.

Sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində aparılan digər bir addım “İcbari sığortalar haqqında” qanuna dəyişikliklərə görə, sığorta agentlərinə yeni tələb qoyulmasıdır.Bundan sonra sığorta agentləri satdıqları icbari sığorta məhsullarının pulunu sığorta şirkətlərinə 100% elektron ödəniş yolu ilə çatdıracaq. Bunun üçün

vasitəçilər İcbari Sığorta Bürosunun (İSB) ödəniş sistemindən istifadə etməlidir. Bu da dövriyyənin məbləğinə nəzarət etməyə imkan verəcək, sığorta şirkətlərinin hesabatlı fəaliyyətini təmin edəcək. Ödənişin maksimal müddəti beynəlxalq təcrübəyə uyğun müəyyən ediləcək. Həmin müddətdə ödənişi həyata keçirməyən agentlərin satış kanalları bağlanacaq.

Sığorta mütəxəssisləri hesab edirlər ki, yeni tələb sığorta agentlərinin məsuliyyətsizliyinin qarşısını alacaq, onların debitor borclarının (sığorta şirkətləri qarşısında maliyyə öhdəliklərinin) artmasına imkan verməyəcək. Vasitəçilər müştərilərdən əldə etdikləri pulu dərhal sığorta şirkətlərinə çatdıracaqlar, bu məsələ günlərlə ləngiməyəcək.

Azərbaycanda avtomobil sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortasında da ciddi dəyişiklik baş verib. Söhbət “İcbari sığortalar haqqında” qanuna edilmiş dəyişikliklərin qüvvəyə minməsindən gedir. Bununla bağlı artıq Prezident İlham Əliyev sərəncam imzalayıb. Yeni qanuna görə, bundan sonra müştərisinin mülki məsuliyyətini icbari qaydada sığortalayan şirkət başqa sürücüyə deyil, elə öz müştərisinə dəymiş ziyanı ödəyəcək. Amma müəyyən şərt daxilində. Dəyişikliyi misalla izah edək.

Tutaq ki, “Mercedes” markalı avtomobil var və onun sahibi mülki məsuliyyətini “A” sığorta şirkətində sığortalayıb. “BMW” markalı digər avtomobilin icbari sığortası ilə “B” sığorta şirkətində edilib. Sığorta hadisəsi baş verib və “Mercedes” “BMW”ni vurub.

Əgər qəza nəticəsində digər əmlaka və ya sağlamlığa ziyan dəyməyibsə, yəni qəzanın iştirakçısı elə bu iki avtomobildirsə, onda “BMW”yə dəymiş ziyanı elə öz sığorta şirkəti – “B” ödəyir.

“İcbari sığortalar haqqında” əvvəlki qanuna görə isə, “BMW”nin sürücüsü maşını düzəltməyə üçün “A” sığorta şirkətinə getməli idi. Yəni, ziyanı “A” şirkəti ödəməli idi. İndi isə “B” müştərisinə dəymiş ziyanı ödəyəcək, daha sonra isə həmin məbləği “A”dan alacaq.

Bununla belə, əgər başqası tərəfindən vurulmuş avtomobilin özünün icbari sığortası yoxdursa, vurulmuş ziyan yenə də qarşı tərəfin öhdəsinə düşür. Yəni, tutaq ki,

“Mercedes”in sürücüsü icbari qaydada sığortalanıb. “BMW” sürücüsünün isə icbari sığortası yoxdur. Əgər qəza nəticəsində “Mercedes” “BMW”-ni vurubsa, maşını təmir edilməsi məsələsini də “Mercedes”in sığorta şirkəti həll etməlidir.

Sığorta bazarı üzrə mütəxəssislər hesab edir ki, avtomobillərin icbari sığortası qaydasının dəyişdirilməsi sığorta şirkətlərinin məsuliyyətini artıracaq, onları öz müştərilərinə daha keyfiyyətli xidmət göstərməyə vadar edəcək. Çünki, əvvəlki qaydalara görə müştərinin mülki məsuliyyətini sığortalayan şirkət öz müştərisinə birbaşa xidmət göstərmirdi, qarşı tərəfə isə yüksək səviyyədə xidmət göstərməkdə elə də maraqlı deyildi.

Nəticə

Azərbaycanda sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsində aparılan tədbirlər hər şeydən əvvəl milli sığorta bazarının möhkəmlənməsinə və onun qloballaşan dünya sığorta sisteminin layiqli üzvünə çevrilməsinə şərait yaradacaq. Sığorta sektorunda həyata keçirilən islahatlar, yeniliklər, mövcud qanunvericiliyə dəyişiklər də sığorta bazarının səmərəli, etibarlı, ədalətli və sabit tərzdə fəaliyyət göstərməsi üçündür. Bu sahədə aparılan dövlət nəzarəti sığorta sisteminin bazar iqtisadiyyatının tələbləri səviyyəsində qurulması, onun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasını, tədiyyə qabiliyyətli şirkətlərin böyük həcmli riskləri qəbul etmək imkanının formalaşmasını, milli sığorta bazarının özünüqoruma və sabit inkişaf potensialının reallaşmasını təmin edir.

Sığorta siyasətinin hazırlanmasında sığorta şirkətlərinin marketinq fəaliyyətinin böyük rolu vardır. Müştəriyə inam formalaşdırmağın bir növü sığorta şirkətlərinin reklamıdır. Reklam özü də xüsusi yaradıcılıq tələb edir. Ya müxtəlif sloqanlarla, ya da təsirli video çarxlarla insanlarda sığortaya inam yaratmaq olar. Düşünürəm ki, ölkəmizdə sığorta şirkətlərinin reklam nümunələrindən istifadə etmək daha məqsədəuyğun olar. Məsələn, Zurich Sığorta, bir binanın içində optik illuziya vasitəsilə yanğın effekti yaradaraq yoldan keçənlərin diqqətini çəkməyi bacarıb. Argentina reklam agentliyi Don-un Zurich Sığorta üçün hazırladığı açıq hava reklam kampaniyasında yanğın fəlakətinin dağıdıcı maddi nəticələrinin və itkinlərinin sürətli bir şəkildə geri qaytarılmasının mümkün olduğu göstərilir. Sığorta şirkəti hazırladığı kampaniya ilə insanlara "Yaxşı qorunursunuzsa, heç bir şey dəyişməz" sloqanı ilə təsir etməyə çalışıb. İstər bu cür sloqanlarla istərsə də video çarxlarla insanlara təsir etmək olar.

Sığorta siyasətinin hazırlanmasında sığorta riskləri qiymətləndirilməlidir. Çünki hər bir sığorta şirkəti çalışır ki, elə bir sığorta portfeli yaratsın ki, orada gözlənilən risk səviyyəsi ən aşağı gözlənilən gəlir səviyyəsinin isə tələb edilən olsun. Bütün portfel nəzəriyyələri bu məqsədə ancaq bir yolla çantanın diversifikasiyalaşdırılması yolu ilə nail olunmasını mümkün hesab edir. Önəmli olan budur ki, sığorta çantası düzgün

maliyyə alətləri ilə formalaşdırılsın və maliyyə baxımdan sabit olsun. Hər bir sığorta şirkəti öz fəaliyyətində yenidənsığorta təminatını nəzərə almalıdır. Yenidənsığorta təminatını malik olmayan sığorta şirkətləri böyük həcmli riskləri qəbul edə bilməz.

Bu il ölkəmizdə sığorta sahəsində olan islahatlar məsələn Yaşıl Kart bürosuna tam hüquqlu üzvlüyü ilə əlaqədar məsələ həll edilməsi nəticə etibarı ilə, avtomobil nəqliyyatı xarici ölkələrə səfər edən sürücülərin öz ölkələrindəki sığortaçılarından Yaşıl Kart əldə etməsinə, onun bütün səfər boyunca mülki məsuliyyətinin tam və səfər etdiyi hər bir müvafiq xarici ölkənin sərhədində yeni mülki məsuliyyət sığortası almaq tələbindən azad etməsinə səbəb olacaq. İcbari Sığortaların onlayn formada həyata keçirilməsi müştərinin şirkətin əməkdaşları ilə təmasda olmasına ehtiyac yaratmayacaq və onlarda vaxt itkisini azaldacaq. Lakin bütün bunlara baxmayaraq ölkəmizdə sığorta işinin inkişafı səviyyəsini hələ də qənaətbəxş hesab etmək olmaz.

Təkliflərim aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Dünya ölkələrinin təcrübəsindən istifadə etmək və sığorta sahəsində sivil dünya dünya dövlətlərinin təcrübəsinə əsaslanmaq
2. Sığorta bazarının mütəmadi monitorinqini həyata keçirmək
3. Sığortaçının risklərərini təkrarsığortaya ötürülməsi zamanı daha reytingli təkrarsığortaçıların xidmətindən istifadə olunması
4. Əhalinin sığorta sahəsində maarifləndirilməsinin təmin edilməsi məqsədilə kütləvi informasiya vasitələri ilə təbliğat və izahat işlərinin daha intensiv aparılması

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı

- 1."Sığorta fəaliyyəti haqqında " Azərbaycan Respublikasının 25 dekabr 2007-ci il tarixli N 519-III Q sayılı Qanunu.
- 2.Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi, Bakı Hüquq ədəbiyyatı 2010.
3. Azərbaycanın statistik göstəriciləri 2010. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi.
4. Bağirov D.A. Vergi nəzarəti . dərslik. Bakı , 2006, 412s
5. B.A.Xankişiyev Sığorta hamı üçün .Bakı ,2005, 73s
6. B.A.Xankişiyev Sığorta fəaliyyətinin əsasları Bakı,2006 , 274s
- 7.B.A.Xankişiyev,P.N.Abdullayev Sığorta işi (dərs vəsaiti) Bakı,2004, 185s
- 8.Kərimov A.Ə.Sığorta (sığortaçının stolüstü kitabı) Bakı,2000
- 9.Həsənlı M.X və başqaları. Maliyyə.Bakı,2006
10. Məmmədov S.M. Maliyyə.Bakı,1997
- 11.Xudiyev N.N. Sığorta işi müasir kurs.Bakı,2015
- 12.Sığorta jurnalı "Azərbaycan Qarant"N 4.2004, N5.2005
- 13.Maliyyə və Auditjurnalı.2015
- 14.Sığorta bələdçisi .Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi .Bakı-2009 89
- 15.Гвозденко А.А.Финансово-экономические методы страхования.Учебник. Москва,2000
- 16.СплетухоВ.Ю.А.,Дюжиков Е.Ф. Страхование .Учебное пособие.Москва,2002.
- 17.Г.В.Чернова. Страхование.Учебник. Москва,2009
- 18.www.marja.az
- 19.www.theinsurancetimes.az
- 20.www.maliyye.gov.az
- 21.www.fins.az

Referat

Mövzunun aktuallığı. Müasir dünya sığorta təsərrüfatı sığorta xidmətləri və məhsullarının istehsalı, bölgüsü, satışı və istehlakı ilə məşğul olur. Xarici müəlliflər bu sistemi bəzən “Dünya Sığorta İqtisadiyyatı” adlandırırlar. Müasir telekommunikasiyalar üzrə yeni texnologiyaların, yeni texnologiyaların, hər şeydən əvvəl internetin inkişafı virtual sığorta iqtisadiyyatının inkişafına güclü təkan vermişdir. Yüksək tempə inkişaf edən sığorta bazarında geri qalmamaq, onun layiqli hissəsinə çevrilmək üçün milli sığorta sistemimizin qarşısında çox böyük və sözün həqiqi mənasında gərgin vəzifələr durur.

Qarşımızda respublika sığorta sisteminin Avropa Şurasının sığorta üzrə direktivlərinə uyğun olaraq dünya standartlarına yaxınlaşdırılması vəzifəsi durur. Bu proses həm sığorta üzrə qanunvericiliyin, həm təlimat və normativlərin, həm də yüksək ixtisaslı sığorta kadrlarının hazırlanması ilə bağlı olacaqdır. Bu məqsədlə ölkədə sığorta siyasəti həyata keçirilir. *Sığorta siyasəti*-iqtisadi siyasətin tərkib hissəsi olub, sığorta siyasəti dövlətin sığorta sistemi vasitəsilə həyata keçirdiyi tədbirlərin məcmusudur. Sığorta siyasətinin səmərəliliyinin artırılmasında sığorta taktikasının və strategiyasının mühüm rolu vardır. Sığorta strategiyası dedikdə sığorta sisteminin bazar iqtisadiyyatının tələbləri səviyyəsində qurulması, onun beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, tədiyyə qabiliyyətli şirkətlərin böyük həcmli riskləri qəbul etmək imkanının formalaşmasını, milli sığorta bazarının özünüqoruma və sabit inkişaf potensialının reallaşmasını və s. bu tipli məsələlərin təmin edilməsini başa düşürük.

Sığorta taktikası isə strateji məqsədlərə çatmaq üçün atılan konkret tədbirlərdən ibarətdir. Belə tədbirlər həm qanunvericilik və normativ-hüquqi sənədlər səviyyəsində, həm də icra prosesində həyata keçirilə bilər. Ümumiyyətlə ölkəmizdə sığorta sisteminə nəzarəti Maliyyə Nazirliyinin Dövlət Sığorta Nəzarəti Xidməti həyata keçirir.

Əsas məqsəd sığorta bazarının səmərəli, etibarlı, ədalətli və sabit tərzdə fəaliyyət göstərməsi və sığorta sektorunun dayanıqlı inkişafı üçün ölkədə sığorta tənzimlənməsi və sığorta nəzarəti sisteminin həyata keçirməkdir.

Ötən il ölkəmizdə baş verən milli valyutanın devalvasiyası iqtisadiyyatın bir çox sahələrində olduğu kimi sığorta bazarına da təsirsiz ötüşmədi. Qlobal iqtisadiyyatda müşahidə olunan mürəkkəb proseslər, aparıcı mərkəzi bankların son qərarları, dünya enerji daşıyıcıları bazarlarında təklifin artması, iri iqtisadiyyata malik və əsas neft istehlakçıları olan bir sıra inkişaf edən ölkələrdə iqtisadi artımın zəifləməsi, habelə digər qlobal amillər neftin qiymətinin 2014-cü ilin iyun ayından bəri 3 dəfədən çox aşağı düşməsinə gətirib çıxarmışdır. Bütün bu proseslər qlobal iqtisadiyyata sıx inteqrasiya olunmuş Azərbaycan iqtisadiyyatına da öz təsirini göstərmişdir. Ölkənin xarici ticarət balansının müsbət saldosu və valyuta daxilolmalarının digər mənbələri kəskin azaldı. Bütün bu proseslər bank sektorunun tənzimlənməsini, problemli bankların sağlamlaşdırılması prosesinin aparılması, əmanətlərin sığortalanması ilə bağlı əlavə tədbirlərin görülməsini zəruri edib. Məhz bu baxımdan da sığorta şirkətlərində mövcud vəziyyətlə bağlı sığorta siyasətinin aparılması aktual olub dissertasiya işinin mövzusunun seçilməsini şərtləndirmişdir.

Tədqiqatın predmeti və obyektı. Dissertasiya işinin predmetini Azərbaycan Respublikasında sığorta şirkətlərində sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi, onun fəaliyyət mexanizminin dünya təcrübəsinə uyğunlaşdırılmasının təhlili təşkil edir. Eləcə də sığorta taktikasının və strategiyasının hazırlanmasında nəzərə alınan amillərin qiymətləndirilməsi dissertasiya işinin predmetini təşkil etmişdir. Dissertasiya işinin obyektini isə sığorta şirkətləri təşkil edir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Tədqiqatın məqsədi sığorta siyasətinin nəzəri əsaslarını araşdırmaq, sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsində sığorta taktikasının və strategiyasının rolunu müəyyənləşdirmək, qlobal maliyyə böhranı ilə əlaqədar sığorta şirkətlərində mövcud olan problemləri aşkar etmək, bu problemlərin həlli yollarını müəyyənləşdirmək və elmi cəhətdən hazırlanmış təkliflərin verilməsindən ibarətdir.

Qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr müəyyən olunmuşdur:

- Sığorta siyasətinin nəzəri əsasları öyrənilir
- Sığorta taktikası və strategiyasının hazırlanmasında marketinq fəaliyyətinin əhəmiyyəti qiymətləndirilir, marketinq fəaliyyətinin həyata keçirilmə mərhələləri araşdırılır. Dünya təcrübəsində marketinq fəaliyyətində istifadə olunan müxtəlif sloqanlarla və ya təsirli video çarxlarla insanlarda sığortaya inam yaratmağın mümkün olduğu nümunələrlə izah olunur.
- Sığorta siyasətinin sığorta haqlarının yığılmasına təsiri tədqiq edilir. Sığorta haqlarının sığorta sinifləri və sığorta şirkətləri üzrə illər üzrə necə dəyişildiyi təhlil edilir.
- Sığorta risklərinin qiymətləndirilməsində sığorta taktikasının və strategiyasının rolu qiymətləndirilir. Sığorta risklərinin makro və mikro səviyyədə idarə edilməsi müəyyən edilir. Təkrarsığortanın sığorta əməliyyatlarının maliyyə sabitliyini təmin edən əsas şərtlərdən biri olması araşdırılır.
- Milli valyutanın devalvasiyası şəraitində sığorta siyasətinin perspektivləri müəyyən edilir.
- Qlobal maliyyə ressesiyası mərhələsində sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi isitiqamətləri müəyyən edilir.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları Dissertasiya işinin informasiya bazasını “ Sığorta fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Dövlət Statistika Komitəsinin, Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən sığorta təşkilatlarının materialları, Dövlət Sığorta Nəzarəti Xidmətinin ümümləşmiş illik hesabatları təşkil etmişdir. Tədqiqat işində “Xalq qəzeti”, “Azərbaycan Qəzeti”, “İqtisadiyyat və Audit” jurnalından da istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki əhəmiyyəti aşağıdakılardan ibarətdir:

■ Sığorta siyasətinin formalaşmasının nəzəri və metodoloji əsasları öyrənilir.

■ Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin strateji planlaşdırılması üçün məqsəd və hədəflər müəyyən edilir. Taktika və strategiyanın hazırlanmasında marketing fəaliyyətinin rolu müəyyən edilir, mərhələləri izah olunur.

■ Sığorta siyasətinin hazırlanmasında makroiqtisadi və mikroiqtisadi səviyyədə risklərin idarə edilməsi təhlil olunur. Sığorta əməliyyatlarının maliyyə sabitliyi kimi təkrarsığortanın rolu müəyyənləşdirilir.

■ Qlobal maliyyə böhranı şəraitində sığorta şirkətlərin mövcud problemləri araşdırılır və mövcud problemlərin aradan qaldırılması məsələləri kompleks şəkildə tədqiq edilmişdir.

Dissertasiya işinin strukturu. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və təkliflər və ədəbiyyat siyasində ibarətdir. Dissertasiya işində 8 cədvəl və 3 diaqramdan istifadə olunmuşdur.

Dissertasiya işinin I Fəslində baxılan məsələlər.

Dissertasiya işinin I fəslində sığorta siyasətinin metodoloji məsələlərindən izah olunur. Burada bəhs olunan əsas məsələlər sığorta sektorunda Dövlət Sığorta Nəzarətinin rolu və həyata keçirdiyi tədbirlərdən eləcə də sığorta şirkətlərinin sığorta strategiyasının və taktikasının istiqamətləri öyrənilir. Bu fəsildə marketingin sığorta şirkətləri üçün nə dərəcədə əhəmiyyətli olduğu qeyd olunur. İnsanlardaya müxtəlif sloqanlarla, ya da təsirli video çarxlarla insanlarda sığortaya inam yaratmağın mümkün olduğu nümunələrlə izah olunur. Məsələn, Zurich Sığorta, bir binanın içində optik illuziya vasitəsilə yanğın effekti yaradaraq yoldan keçənlərin diqqətini çəkməyi bacarıb. Argentina reklam agentliyi Don-un Zurich Sığorta üçün hazırladığı açıq hava reklam kampaniyasında yanğın fəlakətinin dağıdıcı maddi nəticələrinin və itkinlərinin sürətli bir şəkildə geri qaytarılmasının mümkün olduğu göstərilir. Sığorta şirkəti hazırladığı kampaniya ilə insanlara "Yaxşı qorunursunuzsa, heç bir şey dəyişməz" sloqanı ilə təsir etməyə çalışıb.

Ən çox diqqət çəkən və maraqla izlənən reklam çarxı isə Folksam sığorta şirkətinə məxsusdur. Bu reklam çarxında böyük bir qrup pişik paraşutdan atılır və bu zaman başgicəlləndirici akrobatik hərəkətlər edirdilər. Əlbəttə ki, şirkət bununla heyvanlar üçün xüsusi sığorta məhsulunu reklam edirdi.

Burada həmçinin marketing fəaliyyətinin mərhələləri izah olunur. Əlavə olaraq "Sığorta xidmətlərinin hazırlanması" mərhələsi üçün AXA MBASK sığorta şirkətinin avtomobil sığortasının sığorta qaydaları gösdərilir.

Dissertasiya işinin II Fəslində baxılan məsələlər.

Sığorta şirkətlərinin sığorta haqlarının və sığorta ödənişlərinin illər üzrə müqayisəli formada cədvəl və diaqramlarda təhlili aparılır. Ümumilikdə sığorta bazarlarını ölçmək və müqayisə etmək üçün beynəlxalq praktikada istifadə olunan metodlar gösdərilir. Sığorta bazarlarını müqayisə edərkən bütün faktorların nəzərə alınmalı olduğunu, yalnız sığorta haqlarının həcmi deyil, eyni zamanda bazarda sığortanın sıxlığı, onun nüfuzetmə faizi, eləcə də rəqabətlik səviyyəsi əsas götürülməli olduğu da təhlil edilir. Sığorta əməliyyatları və onların səmərəliliyinin maliyyə cəhətdən sabitliyinin təmin olunması üçün yenidən sığortanın rolu misallarla izah olunur. Məsələn, 2000-ci il 25 Noyabrda Bakıda zəlzələ baş verəndə dövlət külli miqdarda vəsait ayırdı. Bu isə dövlətimizin büdcəsinə 70 milyard manatdan çox zərər verdi. Əgər bütün binaların, əmlakların və idarələrin sığortası olsaydı, həmin məbləğləri sığorta şirkətləri ödəyərdi, büdcəyə zərər dəyməzdi. Digər bir hadisə Bayılda torpaq sürüşməsinin nəticələrinin aradan qaldırılmasına 60 milyard manat sərf olundu. Bütün bunlara görə sığortaçılar özlərini iri risklərdən qorusalar, bunun büdcə vəsaitlərinin saxlanmasına xeyli köməyi dəyər.

Dissertasiya işinin III Fəslində baxılan məsələlər.

Milli valyutanın devalvasiyasından sonra yaranmış mövcud iqtisadi vəziyyətdən və ölkəmizdə sığorta siyasətinin təkmilləşdirilməsi yollarından bəhs olunur. Qlobal iqtisadi böhrandan sonra sığortaekspertləri mövcud iqtisadi vəziyyəti sığorta bazarında müxtəlif cür qiymətləndirir və sığorta şirkətlərinin səmərəliliklərinin artırmağa görə strategik inkişaf tədbirləri müəyyən olunur. Bu fəsildə sığorta siyasətinin

təkmilləşdirilməsi yolları öz əksini tapır. Azərbaycanın Yaşıl Kart” Beynəlxalq Sığorta sisteminə qəbul olunması ilə bağlı məsələnin həll olunması, “İcbari Tibbi Sığorta”nın tətbiqi ilə bağlı islahatlar planının hazırlanması, sığorta agentlərinə yeni tələb haqqında qanunun qüvvəyə minməsi, “İşsizlikdən Sığorta” haqqında qanun layihəsi üçün təkliflərin verilməsi, avtomobil sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortasında dəyişiklik, yeniliklərdən isə “Rəngli Sığorta” sisteminin tətbiqi, tibbi sığortada “Konsyerj” xidməti və onlayn səyahət sığortasına keçid öz əksini tapmışdır.

РЕЗЮМЕ

Основная цель работы с диссертацией увеличить фактическое страхование политики в тактике страхования и идентифицировать роль стратегии, а также в подготовке тактики и стратегии в важности действия маркетинга, состоит из риска оценивания страхования.

А также в проведении политики на основе тенденций страхования государственного регулирования и мирового опыта в разработке научно-обоснованного предложения.

В первой главе рассматриваются теоретические основы политики содержания страхования, оно является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности страховой политики. Во второй главе рассматривается влияние на страховые взносы в страховой политике. А в третьей главе изучаются направления развития страховой политики нашей страны.

SUMMARY

The aims of this thesis are consists of definition roles of insuarance strategy and tactics for effectiveness of insuarance policy development as well as importance of marketing on preparation of strategy and insuarance risks valuation.

As well as definition directions of government regulations for pursuing insuarance policy and preparation scientifically justified offers, based on international experiences.

In the first chapter, contents of insuarance policy and its theory are described and marketing is analysed as unseparable part of insuarance policy.

In the second chapter, effect of insuarance policy on gathering insuarance fees is analysed in modern condition .Coming to third part of the thesis, improvement directions of insuarance policy are studied.