

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

HƏSƏNZADƏ AYGÜN NAZİM qızı

BAKI – 2019

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov F. S.

“ ___ ” _____ 20__ -ci il

“Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060403-Maliyyə

İxtisaslaşma: Sığorta işinin təşkili

Qrup: 620

Magistrant

Həsənzadə Aygün Nazim qızı

Proqram rəhbəri

i.e.n.,dos.Seydullayev İ.Z.

Elmi rəhbər

i.e.n.,dos. Babayev A.A.

Kafedra müdiri

i.e.d.,prof. Kəlbəyev Y.A.

BAKİ – 2019

"Principles of Competitiveness of Insurance Companies in Azerbaijan"

Summery

The relevance of research: Talking about the relevance of the issue, it should be emphasized that the activity of insurance companies and their economic essence in Azerbaijan, shortcomings of the modern insurance companies of Azerbaijan and competition principles and trends in the development of competitiveness of insurance companies are one of the most important issues.

Purpose and tasks of the research: The main goals and objectives of the research on "Principles of Competitiveness of Insurance Companies in Azerbaijan" are to investigate the essence of the principles of sustainability of competition among insurance companies in our country.

Used research methods: In the research process, generalization, observation and grouping, economic-mathematical, comparative analysis, systematic analysis, statistical and graphical methods were used.

Research information base: The insurance companies operating in the Republic of Azerbaijan, annual reports of the State Statistical Committee, statistical information, materials and as well as normative legal acts, and legislative acts of the Republic of Azerbaijan regulating their activity, other normative-legal acts.

Research restrictions: There are some deficiencies in the theoretical and methodological information base for conducting a research on the "Principles of Competitiveness of Insurance Companies in Azerbaijan".

Research results: The result of the dissertation is the provision of effective proposals for solving the problems that may arise in connection with the principles of competition competitiveness of insurance companies in Azerbaijan.

Scientific-practical significance of the results: The research will provide an opportunity to pay more attention to the principles of sustainability of competitiveness carried out by insurance companies.

Key words: *insurance, competitiveness, Azerbaijan, insurance companies*

İxtisarlər

ÜDM

Ümumi Daxili Məhsul

AB

Avropa Birliyi

Mündəricat

Giriş	6
FƏSİL I. SİĞORTA FƏALİYYƏTİNİN VƏ ONUN RƏQABƏTƏ DAVAMLILIQININ ELMİ ƏSASLARI	
1.1. Sığorta fəaliyyətinin tarixi təşəkkülü və sığorta şirkətlərinə inam	10
1.2. Sığorta şirkətinin rəqabətə davamlılıqının təməl şərtləri, amilləri və göstəriciləri	17
1.3. Sığorta bazarı ilə iqtisadiyyatdakı dəyişikliklər arasında qarşılıqlı təsir	25
FƏSİL II. AZƏRBAYCANIN MÜASİR SİĞORTA ŞİRKƏTLƏRİNİN ÇATIŞMAZLIQLARI VƏ RƏQABƏT PRİNSİPLƏRİ	
2.1. Azərbaycanın sığorta sektorunun müasir durumu	33
2.2. Azərbaycanda sığorta şirkətləri arasındakı rəqabətin müqayisəsi	43
FƏSİL III. SİĞORTA ŞİRKƏTLƏRİNİN RƏQABƏTƏ DAVAMLILIQININ İNKİŞAF MEYLLƏRİ	
3.1. Azərbaycanın sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi	53
3.2. Yeni yanaşmalar və texnologiyalar əsasında sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıqının gücləndirilməsi	64
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	77
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SIYAHISI	81
CƏDVƏLLƏRİN SIYAHISI.....	87
DİAQRAMLARIN SIYAHISI.....	87

Giriş

Sığorta işinin təşkili prosesi mürəkkəb bir proses olmaqla, sığorta şirkətləri arasında rəqabəti müəyyən dərəcədə məhdudlaşdırır. Sözügedən mürəkkəblilik fərdi və korporativ sığorta müştərilərinin tələbləri, hansı sığorta məhsulu alacağı, sığortaçının nüfuzuna və zərərləri ödəmək qabiliyyəti aiddir. Bu qarışıqlıqda, sığorta müştərilərinə sığortanı izah etmək və satmaq vəzifəsi sığorta şirkətlərinə aiddir. Sığorta şirkətləri müştərilərə hansı məhsulları satın ala biləcəyinə kömək edir. Şübhəsiz ki, bu funksiyalar öz növbəsində sığorta bazarlarında rəqabəti artırır. Sığorta bazarında rəqabət şirkətlərarası rəqabət və vasitəçilər arasında rəqabət kimi iki istiqamətə malikdir. Sığorta şirkətləri arasında rəqabət daha geniş yayılmışdır və bu səbədən tədqiqat mövzularında daha yer alır. Digər tərəfdən, sayı sığorta şirkətlərdən daha çox olan vasitəçilər, daha məhdud çərçivədə rəqabət aparır və mikroiqtsadi cəhətdən rəqiblərin sayı ilə əlaqədar bu rəqabət artımının güclü nəzəri əsaslara malik olur. Bütün bu səbəblərdən ötrü bu dissertasiya işində Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri ətraflı şəkildə araşdırılmışdır.

Mövzunun aktuallığı haqqında bəhs edərkən vurğulamaq lazımdır ki, sığorta şirkətlərinin fəaliyyəti və onların Azərbaycan timsalında iqtisadi mahiyyəti, Azərbaycanın müasir sığorta şirkətlərinin çatışmazlıqları və rəqabət prinsipləri və sığorta şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətinin inkişafında tendensiyalar ən əhəmiyyətli məsələlərdən biridir. Konsaltinq tendensiyası sığorta vasitəçiliyi sahəsində xərclərin səmərəliliyinin təmin edilməsi və rəqabət qabiliyyətinin artırılması yolu ilə bazar payının artırılması kimi səbəblərə görə güclənir. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrdə vasitəçilər satış prosesində effektivliyini artırmaq üçün birləşdirilmişdirlər.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Azərbaycanda sığorta işinin və sığorta şirkətlərinin fəaliyyətinin əsaslarına dair sistemli məlumatlar son illərdə nəşr olunmuş dərsliklərdə öz əksini tapır. Bucür məlumatlara əsasən Xudiyev N. N. , Xankişiyev.B.A., Abdullayev P.N. və s. müəlliflərin əsərlərində rast gəlinir.

Bundan əlavə Журавлев Ю. М., Сеперж И. Т. və s. kimi müəlliflərin də bu mövzuda əsərləri vardır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. “Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri” mövzusunda tədqiqatın aparılmasının əsas məqsəd və vəzifələri ölkəmizdə həyata keçirilən sığorta şirkətləri arasındakı rəqabətin davamlılıq prinsiplərinin mahiyyətinin tədqiq edilməsi təşkil edir. Dissertasiyada əsas məqsəd respublikanın sığorta sistemində mövcud olan rəqabətin öyrənilməsi, təsnifatı, perspektivləri, eyni zamanda ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sığorta təşkilatlarının bu rəqabətin davamlılığı və ya prinsiplərinin tədqiq edilməsidir.

Tədqiqatın obyektı və predmeti əsasən sığorta təşkilatlarında və ölkəmizdə rəqabətə davamlılıq prinsipləri və onların metodlarıdır. Tədqiqat zamanı həmçinin araşdırmanın predmetinə ölkənin sığorta sahəsində həyata keçirdiyi siyasətin əsas üsürü sayılan sığorta şirkətləri arasında rəqabət, onların təsnifatı, əsas istiqamətləri, vasitələri və bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığorta şirkətlərinin rəqabətini formalaşdıran amillər və rəqabət prinsipləri aid edilir. Dissertasiya işinin obyektı isə sığorta təşkilatlarında rəqabətə görə yaranan problemlərdir. Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri isə xüsusilə işin obyektini təşkil edir. Vurğulamaq lazımdır ki, bu vaxt ölkədə mövcud olan sığorta işinin təşkili haqqında qəbul edilmiş qanunvericilik aktları həmçinin bu işi həyata keçirən qurum, təşkilatlar müzakirə obyektidir. Dissertasiya işində nümunə olaraq bir neçə sığorta şirkətlərində mövcud olan davamlı rəqabət və onların gücləndirilməsi kimi bir çox məsələlərə toxunulmuşdur.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat prosesində ümumiləşdirmə, müşahidə və qruplaşdırma, iqtisadi-riyazi, müqayisəli təhlil, sistemli təhlil, statistik və qrafiki kimi metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqat informasiya bazası. Aparılan tədqiqatın əsas informasiya bazasını isə aşağıda göstərilənləri qeyd etmək olar: Azərbaycan Respublikasında fəaliyyətdə olan sığorta şirkətləri, Azərsığorta və ölkəmizdə fəaliyyət göstərən digər sığorta şirkətləri, Dövlət Statistika Komitəsinin illik hesabatları, statistik məlumatları, rəqabətin dayanıqlılığı ilə bağlı material və məlumatları həmçinin

normativ hüquqi aktları, sığorta şirkətləri və onların fəaliyyətini tənzimləyən Azərbaycan Respublikasının qanunvericilik aktları, başqa normativ-hüquqi aktlar, xarici və yerli iqtisadçı müəlliflərin fikirləri, mövzu üzrə yazılmış rus, türk, ingilis və Azərbaycan dillərindəki materiallar, müxtəlif jurnal və qəzetlərdə olan məlumatlar, internet resursları, həmçinin, tədqiqat prosesində müəllifin özünün müstəqil olaraq əldə etdiyi, araşdırdığı mövzuya dair özündən əvvəlki etibarlı mənbə və ədəbiyyatlara istinad edən və ya onlara uyğun fikirləri və s. aiddir.

Tədqiqatın mədudiyyətləri: “Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri” mövzusunda tədqiqatın aparılması üçün bəzi nəzəri-metodoloji informasiya bazasında çatışmazlıqlar vardır.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. “Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıq prinsipləri” mövzusunun əhəmiyyəti olduqca geniş və böyükdür. Aparılan tədqiqat sığorta təşkilatları tərəfindən həyata keçirilən rəqabətin davamlılığı prinsiplərinə bir daha diqqət yetirməyə imkan yaradır və bunun bir nəticəsi olaraq praktiki təcrübədən əldə edilmiş nəaliyyətlər, üsulları, mövcud olan problemlər və bu problemlərin həll edilməsi yollarına nəzər salmaq imkanı verir.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi. Dissertasiya işi girişdən, üç fəsildən, fəsilər aşağıdakı şəkildə:

- I Fəsildə Sığorta şirkətlərinin fəaliyyəti və onların Azərbaycan təmsalında iqtisadi mahiyyəti, sığorta bazarının tarixi, inkişafı və sığorta şirkətlərinə olan inam, sığorta bazarının ölkə iqtisadiyyatına təsiri, həmçinin iqtisadiyyatda baş verən dəyişikliklərin sığorta bazarına təsiri kimi məsələlərə aydınlıq gətirilmişdir.

- II Fəsildə Azərbaycanın müasir sığorta şirkətlərinin çatışmazlıqları və rəqabət prinsipləri araşdırılmışdır.

- III Fəsildə isə sığorta şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətinin inkişafında tendensiyalar, yeni metod və texnologiya əsasında yerli sığorta şirkətləri arasındakı rəqabətə davamlılığı, sığorta şirkətlərinin rəqabət mühitində Avropa təcrübəsinin

tətbiqi haqqında araşdırma aparılmışdır və bunlardan başqa, nəticə, təkliflərdən, həm də istifadə edilmiş ədəbiyyatların siyahısından ibarətdir.

FƏSİL I. SİĞORTA FƏALİYYƏTİNİN VƏ ONUN RƏQABƏTƏ DAVAMLILIĞININ ELMİ ƏSASLARI

1.1. Sığorta fəaliyyətinin tarixi təşəkkülü və sığorta şirkətlərinə inam

Dünyadakı sığortaya bənzər işlərlə bağlı ilk tətbiqlər təxminən 4000 il əvvəl Babildə mövcud olduğu düşünülür. Keçmiş zamanların ticarət mərkəzi hesab olunan Babildə, karvan tüccarlarına borc verən sərmayədarlar, karvanların qarət olunması və ya digər bunun kimi xoşagəlməz hadisələrlə qarşılaşdıqları zaman tüccarların borclarını silərək, bunun qarşılığında borcu tüccarlardan geri aldıkları zaman, mövcud olan riskin qarşılığı olaraq əsas borc məbləğindən bir miqdar pul almışdılar. Bu hadisələr daha sonra Hammurapi tərəfindən qanuniləşdirilmişdir. Hammurapi Qanunlarının ən əhəmiyyətli xüsusiyyəti isə quldurların hücumuna məruz qalan karvanların zərərlərinin bütün digər karvanlar arasında bölüşdürülməsini nəzərdə tuturdu.

E.ə. 600-cü ildə Hindular sığorta vasitəsi ilə kredit sazişləri bağlamağa başlamışdılar. Bu cür müqavilələr cəmiyyətlərdə sığorta ideyasını inkişaf etdirməklə sığorta sahəsində ilk addımların atılması baxımından vacib sayılırdı. Bu cür kredit müqavilələri Orta əsrlərdə daha da inkişaf edərək dəniz sığortası və nəqliyyat sığortasının əsasını təşkil etmişdir (McDermott R.2000, s. 67).

Sonralar sığortaya daha yaxın sayılan tətbiqi proseslər xüsusilə dəniz ticarətinin inkişaf etdiyi yerlərdə mövcud olduğu göstərilir. İlk dənizçi xalqlardan finikiyalılar və onların törəmələri karfaqenlilər, daha sonralar yunanlılar, romalılar arasında gəminin daşdığı yükə əsasən borc verib həmin gəminin limana çatması riskini daşıyan və gəmi yenidən limana qayıtdığı zaman, həm verdiyi borc miqdarını, həm də mövcud risk qarşılığı faiz dəyərində əhəmiyyətli pay alanlar mövcud olmuşdur. Alınan bu faizlərin dərəcəsinin yüksək olması kilsə tərəfindən münasib olmadığı düşünülərək, bir müddət sonra qadağan edilmişdir. Böyük ehtimal bu qadağa, başverəcək təhlükələrə qarşı əvvəlcədən bir mükafat almaq formasına, ya da sığorta fikrinin formalaşmasına yol açmışdır.

Ümumiyyətlə sığortanın tarixində ilk dövrlərdə və orta dövrlərdə sığorta ilə

bağlı çox az sənəd vardır. Olan sənədlər isə sığorta müqaviləsi və ya sığorta deyil, risklərin fərdi formalarıdır. Sığorta ilə bağlı qərarlar bəzən bir qanunla, suveren hakimiyyətin əmri və bəzən müvafiq dairələrin verdiyi əmrlərin həyata keçirilməsi yolu ilə olmuşdur. Babil çarı Hammurapi 282 maddəlik Qanunlarında bütün ictimai həyatı əhəmiyyətli dərəcədə tənzimləmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu Qanunlar tarixdəki növbəti sivilizasiyalar üçün nümunə olmuşdur. Bu Qanunlar əslində mövcud əsasların kodifikasiyasıdır. 1800 il əvvəl Mesopotamiyada hökm edən bu şəxsin dövründə avtomobil yolu karvanlarla aparılan ticarət yolu olmuşdur. Yollar təhlükəsiz olmadığı üçün, karvanlar, heyvanlar və bu heyvanlarla daşınan yüklər təhlükə riski ilə üz-üzə qalırdı. Karvanların quldurlar və soyğunçular tərəfindən hücumə məruz qalması halları tez-tez baş verirdi. Buna görə, Hammurapi Qanunları bütün digər karvanlar arasında quldurların hücum etdiyi karvanların zərərlərinin qarşılınmasını nəzərdə tuturdu (Федорова Т. А, 2004, s.57).

Ümumiyyətlə qəbul edilir ki, finikiyalılar ən qədim dəniz tacirləridir. Herodot da öz əsərlərində bunu bəyan etmişdir. Yunanıstan yarımadası, Aralıq və Egey dənizi sahilləri boyunca ticarəti inkişaf etdirən və dənizçi bir millət olan Karfagenlilər də Finikiyalılarla eyni millətdən olduqları hesab edilir. Həm də bu qaydaların əvvəlki sivilizasiyalara və hətta Babilə qədər olan tarixi keçmişə malik olduğu güman edilir.

Premium əsaslı sığorta təxminən 1250-ci ildə Venesiya, Florensiya və Cenova şəhərlərində mövcud olmuşdur. Buna baxmayaraq, bugünkü mənada sığortanın mahiyyəti haqqında danışılarkən əsasən XIV əsrdə formalaşan sığortanın mahiyyətini başa düşmək lazımdır. İqtisadi şərtlərin dəyişməsi ilə ticarətdə XIV əsrdən başlayaraq çox əhəmiyyətli inkişaf müşahidə olunmuşdur. Bu dövrdə dəniz ticarətində ən qabaqcıl olan İtaliyada sığortaya ehtiyac duyulmuşdur və burada ilk dəfə dəniz sığortası konsepsiyası ortaya çıxmışdır. İlk sığorta müqaviləsi olaraq qəbul edilən müqavilə, 23 oktyabr 1347-ci il tarixində qəbul edilmiş və Mayorcadan İtaliyaya "Santa Clara" adlı bir gəminin yükünün sığortasını təmin etmək məqsədiylə imzalanmışdır. İlk sığorta şirkəti 1424-cü ildə

yenidən Cenova şəhərində yaradılmışdır. Sığortaya dair ilkin qanun isə 1435-ci ildə nəşr olunan Barselona Qanunu idi. İtaliyanın sığorta sahəsindəki başlanğıcından sonra, dəniz sığortasının XVIII əsrdə xüsusilə İngiltərədə inkişaf etdiyi göstərilir (MILO, Melanie S. 2003, s.112).

Dənizdə başlayıb təkmilləşən sığorta sahəsi, daha sonralar həyat sığortası fikrinin formalaşmasına səbəb olmuşdur. Gəmi və yükünün sığorta edilə bilməsi, kapitan, sərnəşin və ya insanların da sığorta edilməsi fikrini formalaşdırmışdır. XVII əsrdə bir İtalyan bankiri olan Tontini tərəfindən formalaşdırılan "Tontines" adlı sistemdə, təyin edilmiş bəzi insanlar bir yerə toplaşaraq, təyin olunmuş bir müddət üçün ortaya bir miqdar pul toplayaraq, bu müddətin sonunda həyatda qalanlar pulu aralarında paylaşmaqdaydı. İnsanların çoxusu, özlərinin başqalarından daha çox yaşayacaqlarına inandıqlarından xeyli rəğbət görən bu sistemdə ölənlərin maddi itkiyə uğradıqları düşünülərək, nəzərdə tutulmuş zamandan əvvəl ölənlər üçün də, ölüm riski qarşılığı pul ödənilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Və həyat sığortalarına bir keçid də bu əsasda başlamışdır.

XVII əsrin ikinci yarısı sığortaçılığın inkişafına yol açan iki əhəmiyyətli hadisə başvermişdir. Bunlardan ilki sığorta sahəsində statistik metod və texnikasının tətbiq olunmağa başlaması (ehtimal hesabları), ikincisi isə 2 Sentyabr 1666-cı il tarixində Londonda meydana gələn və dörd gün davam edərək 13.000 evlə 100 kilsənin kül olmasına gətirib çıxaran böyük yanğın hadisəsi idi. Torpaq və ya əmlak sığortalarının formalaşmasına səbəb olan bu hadisə, xalq üzərində böyük təsir yaradaraq belə fəlakətlərin nəticələrinə qarşı tədbir alınması fikrini formalaşdırmışdır. İnkişaf edən bu fikirdən meydana gələn 1667-ci ildə "Fire Office" (Yanğın Bürosu) qurulmasından sonra 1684-ci ildə buna rəqib bir ortaqlıq şəklində ortaya çıxan ilk yanğın sığorta şirkəti "Friendly Society" fəaliyyətə başlamışdır. 1688-ci ildə İngiltərədə Lloydun təməllərinin atılması ilə sığorta işində yeni bir dövr başlamışdır. Londonda olan və Edward Lloyd adlı birinin idarə etdiyi çayxana, gəmi sahibləri, iş adamları və tacirlərin dəniz ticarətinə dair məlumat mübadiləsi etdikləri bir məkan olmuşdur. Burada səfərə çıxan bir gəmi və ya gəminin yükü üzərinə təminat verən kəslər, "Underwriter" əsasında sənədlər

təşkil edərək fəaliyyətə başlamışlar və yenə bu kəslər Edward Lloydun ölümündən sonra, öz aralarında “Lloyd’s” adında bir birlik qurmuşlar. 1871-ci ildə “Lloyd’s” Britaniya Parlamenti tərəfindən birliyə çevrilmişdir. “Lloyd’s” ilk illərində yalnız dəniz sığortaları sahəsində fəaliyyət göstərərək sonralar əmlak sığortaları sahəsinə də fəaliyyət göstərməkdə olub, indiki vaxtda hər cür sığortanın edəbilən bir qurum halına gəlmişdir. “Lloyd’s”, dünyadakı unikal bir sığorta şirkəti kimi formalaşmışdır. “Lloyd’s” yalnız sığorta şirkəti olmayıb, sığorta təminatı verən şəxslərin meydana gətirdiyi bir birlik və eyni zamanda dünya gəmiçilik kəşfiyyatı mövzusunda bir mərkəzdir. “Lloyd’s”-in ən diqqətə cəlbədən xüsusiyyəti onun üzvlərinin bütün mülkiyyətləri ilə məsuliyyət daşımaları və heç bir zaman sığortalı ilə birbaşa təmas etməmələri, əlaqənin “Broker” adlı vasitəçi adam və ya firmalarla təmin edilməsidir. Brokerlər “Lloyd’s” ilə işləmək üçün burada qeydiyyatdan keçərək və müştərinin ehtiyacı olan sığorta, təzminat alma işlərini təqib etməkdədirlər (Пастухов Б. И. 2009, с. 63).

Ticarət bir tərəfdən uzaq məsafələrə getməyi, oralara mal aparıb, gətirməyi, digər tərəfdən bu uzun yolları hazırlayacaq vasitələrə sahib olmağı tələb edir. Bu vasitələr də torpaq yollarında karvanlar, dənizdə isə gəmilərdir. Dənizin daşınma gücü, küləyin hərəkət gücü və bunun məsrəfsiz olmağı dəniz yolu ilə daşımağı təkmilləşdirmişdir. Bir çox yerlərə isə sadəcə dəniz yolu ilə çatmaq olar. Orta dövrlərdən sonra, yəni yeni dövrlərə keçid dövrlərində həvəskar, macəraçı tacirlər qərbdə yayılmışdır. Bu səbəbdən dolayı uzun səyahətin ağıla, xəyala gəlməyən təhlükələrini gözə alan tacir, cəsarətli, başını və malını təhlükələrə atan, çalışqan, hesablama işlərini yaxşı bilən şəxslər olmalıdır.

XVII əsrdə ilk dəfə İngiltərədə sığorta və həyat sığortası tətbiq edilmişdir. Bu təcrübə Oxford Universitetində həndəsə professoru olan və eyni zamanda krallıq Astronomu olan Halleyin (1656-1742) hazırladığı «ölüm cədvəlləri» nə dayanmışdır. Bu sığortalar dəyişməyən mükafat əsasına görə 1756-cı ildə qurulan İngilis “Equitable” şirkəti tərəfindən həyata keçirilmişdir. Almaniyada 1794-cü ildə qəbul edilmiş qanunun ikinci hissəsində geniş bir şəkildə sığorta nizamlanmasından bəhs edilmişdir. Eyni dövrlərdə yayılan yanğın sığortaları bəzi

yerlərdə məcburi sığorta şəklində də tətbiq edilmişdir.

XIX əsrdən etibarən sığorta hər cür risk növünə görə yayılmış, böyük vasitəçi təşkilatlar qurulmuş, geniş əhatəli bir dövlət idarəçiliyində sığortanın ayrılmaz hissəsi olmuş, beynəlxalq səviyyədə yenilənən müəssisələri sığortanın ayrılmaz parçaları olmağa başlamışdır. Sosial sığortaların yayılması, həyat sığortaları da daxil olmaqla özəl sığortanın inkişafına əngəl olmamışdır. Müasir dövüdə sığortasız ciddi bir ticari, iqtisadi fəaliyyət yoxdur (Агеев III.P. 2009, s.134).

Müasir dövüdə sığorta, dəniz, əmlak sığortası, yanğın hadisələri, qəza hadisələri ilə əlaqədar fərdi qəzalar, sənaye inkişafına gətirib çıxarmağına baxmayaraq böyük texniki ziyanə görə mühəndislik sığortasının inkişafına da səbəb olmuşdur. Bu dövrün başlanğıcında sığorta şirkətləri bütün növ sığorta ehtiyaclarını ödəmək məqsədilə təşkilatlarını tamamlayan təşkilatlar kimi effektiv xidmət göstərəbilmişlər.

Müstəqil Azərbaycan Respublikasında möcud olan 1995-2005-ci illəri əhatə edən dövlət quruculuğu və inkişafı dövründə ölkə ərazisində baş verən iqtisadi həmçinin digər maliyyə böhranların ortadan qaldırılmasında maliyyə və kredit mexanizminin, həmçinin sığorta ilə bağlı münasibətlərin çox mühüm əhəmiyyəti olmuşdur. Milli Məclis tərəfindən 25 iyun 1999-cu ildə qəbul edilmiş qərar ilə Azərbaycan Respublikasında ilk dəfə olaraq “Sığorta haqqında” qanun qəbul olunmuşdur. Bu qanunun qəbul olunması ilə Azərbaycanda sığorta işi hüquqi bazaya malik olmuş, milli sığorta sisteminin formalaşmasına təkan vermişdir. Azərbaycan Respublikasının müasir sığorta sistemi, maliyyə sisteminin ən əhəmiyyətli həlqələrindən biridir. O istehsal səviyyəsinin aşağı düşməsinin qarşısının alınmasında, onun davamlı inkişafının təmin edilməsində mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Azərbaycan Respublikasında ilk dəfə olaraq 25 iyun 1999-cu ildə Milli Məclis tərəfindən qəbul olunmuş qərar ilə Azərbaycan Respublikasında “Sığorta haqqında” qanun qəbul edilmiş və bəzi sığorta şirkətləri yaranmışdır. Bu sığorta şirkətlərinin adları və yaranma tarixi isə aşağıdakı cədvəldə öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 1.1: Azərbaycan Respublikasındakı sığorta şirkətləri və yaranma tarixləri

Sığorta şirkətləri	Yaranma tarixi
Dövlət Sığorta Kommersiya	1921
AXA MBASK	1992
Günay Sığorta	1992
Azərqarant Sığorta	1993
Era Trans Sığorta	1994
Bakı Sığorta	1994
A-Qroup Sığorta	1995
İpək Yolu Sığorta	1995
Azərbaycan Sənaye Sığorta	1996
Başak-İnam Sığorta	1996
Buta Sığorta	1996
Alfa Sığorta	1997
Rəvan Sığorta	1998
Atəşgah Həyat	1998
Çartis Azərbaycan	1999
Standard Insurance	2002
Beynəlxalq Sığorta	2002
Əmrah Sığorta	2003
AtaSığorta	2004
Xalq Sığorta	2005
AzSığorta	2006
Paşa Sığorta	2006
Qarant Sığorta	2007
Paşa Həyat Sığorta	2010
Mega Sığorta	2010
Qala Həyat	2010
Atəşgah Sığorta	2011

Mənbə: <https://banker.az/sigorta-sirk%C9%99tl%C9%99rinin-yaranma-tarixl%C9%99ri/>

Sosial təhlükəsizliyin tarixi ilə əlaqədar rəsmi qaynaqların olmaması səbəbindən qəti bir şəkildə fikir söyləmək mümkün deyilsə də, “Sığorta şirkətlərində sosial təhlükə ilə bağlı yaranan inam problemi” ad olaraq yeni bir konsepsiya olsa da funksiyası baxımından qədim zamanlarda yayılmışdır.

Sığorta şirkətlərinə olan inam problemlərinin ortadan qaldırılması üçün aşağıdakı tədbirləri görmək məqsədəuyğundur:

- bəzi sığorta təşkilatlarının yanlış yerinə yetirdiyi işlər nəticəsində sığorta şirkətlərinə olan inamın azalması səbəbindən işçilərin cəzalandırılacaqların dair əvvəlcədən xəbərdarlıq edilməsi;

- agentlik müqavilələrinə qanunvericiliklə bəzi düzəlişləri əlavə etmək, agentliklərin bu müqavilələri imzalamağa və qurumların bu düzəlişlər üzrə agentliklərin portfel mülkiyyət hüquqlarının təmin edilməsinə imkan vermək;
- agentliyin intensiv həyata keçirilən sığortasına malik komissiyanın faiz dərəcəsinin azaldılması.
- sığorta mərkəzləri müəyyən edilmiş məbləğlərin hesablama portalının tətbiqi ilə bəzi sığorta şirkətləri agentliklərin portfelini hədəfə alan birbaşa satış fəaliyyəti ilə məşğul olmaları.

Bir çox inkişaf etmiş həmdə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə əhatəli yayılmış sığorta işinin təşkili və ona inam yaradılması ilə bağlı fəaliyyət Azərbaycan Respublikasında da özünün inkişaf mərhələsini yaşamaqdadır. Ümumiyyətlə dünya iqtisadiyyatında formalaşmış sığorta agentlikləri fəaliyyətlərini daha da təkmilləşdirdiyi bir halda, əfsuski ölkəmizdə hələ də öz şəxsi mənafeləri və maraqlar üçün çalışan bəzi sığorta şirkətləri vardır. Bu səbəbdən dolayı sığorta şirkətlərinə olan inam azalıb, əhalinin əksəriyyəti ödədikləri sığorta haqqını daha etibarlı, daha güvənəli və inandığı sığorta şirkətlərinə etmək istəyirlər. Yəni insanlar daha dəqiq, öz həyatlarını, daşınmaz və daşınar əmlaklarını güvənmədikləri sığorta şirkətlərinə sığortalamaqda tərəddüd edirlər. Belə bir vəziyyətdə çıxış yolu kimi sığorta şirkətləri ilbəl sığorta haqqını azaltmaq və öz əmlakını və ya həyatını sığorta etdirən birinin qəza zamanı sığorta şirkətləri tərəfindən lazımi maddi yardımla təmin edilməsi məqsədəuyğun sayılır. Bəzi ədəbiyyatlarda göstərildiyi kim, xüsusilə vurğulamaq lazımdır ki, əgər əhalinin aldığı əməkhaqqı yüksək səviyyədə olarsa, bu zaman əhali də əmlakını, həyatını sığorta etmək imkanını qazanar. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin uğurlu siyasəti nəticəsində ölkəmizdə hər il maaşların və minimum əmək haqqının artırılması əhaliyə həyatını və əmlakını sığortalamaq üçün fürsət yaratmışdır. Bəzi sığorta şirkətləri daha çox böyük müəssisələrin və firmaların sığortalanmasını həyata keçirir. Bu zaman bəzi sahibkarlar isə bu yolla risk amilinin mövcud olduğu işlərində itiriləcəklərini kompensasiya etmək istəyir. Məhz bunun nəticəsi olaraq, istehsalat zamanı baş verən qəza və xəsərlərə görə

əksər zərərçəkənlər sığorta ödənişi almaq istəyir. Bu səbəbdən artıq nəhəng şirkətlər də daha çox inandığı sığorta şirkətləri ilə müqavilə bağlayır. Məlumat olaraq göstərmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikasında otuza yaxın sığorta şirkəti fəaliyyət göstərməkdədir. Onlardan çoxusu özəl sektoru təmsil edən sığorta şirkətləridir. Özəl sektoru təmsil edən bəzi sığorta şirkətləri müştərilərə və böyük şirkətlərə daha sərfəli xidmət təklif etmələri, onların inamını qazanmaq istəmələri iqtisadiyyatda rəqabətə təkan verir. Çünki sağlam rəqabət olması iqtisadiyyatın digər sahələrinə də təsirini göstərir və bu da özlüyündə diversifikasiyaya yol açır. Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadiyyatı sağlam rəqabət olmadan təsəvvür etmək belə mümkün deyil. Hətta sığorta şirkətləri arasında daha sərfəli xidmətlə bağlı məlumatları elan edərkən onlardan birinin digərindən fərqlənməsi rəqabətin olduğunun ən mühüm göstəricisidir.

1.2. Sığorta şirkətinin rəqabətə davamlılığının təməl şərtləri, amilləri və göstəriciləri

Bazar iqtisadiyyatı liberal düşüncənin əsas elementlərindən biridir. Liberalizmin fəlsəfi düşüncə anlayışı və ya iqtisadi / siyasi nəzəriyyə kimi qəbul edildiyi nöqtələr fərqli olsa da liberal mütəfəkkirlərin fikirləri sistematik nəzərə alındığı zaman azad bazar iqtisadiyyatı formatında liberal düşüncənin ən fərqli ümumi temalarından biridir. Əslində hüquq, təbii haqq və azadlıq, asayiş, şəxsilik, xüsusi mülkiyyət, dövlətin nəzarətinin məhdudlaşdırılması, tolerantlıq, şəxsi həyat, könüllü əməkdaşlıq, sülh, rəqabət kimi anlayışlarla azad bazar iqtisadiyyatı və ənənəvi liberal dəyərlər arasında bir məntiqi əlaqə olduğu göstərilir (Адамчук Н. Г., 2003. s.64).

Bazar iqtisadiyyatını xüsusilə iqtisadi terminlərlə açıqlamaq üçün həyata keçirilən cəhdlər, onun qabaqcıl olaraq ictimai bir müəssisə olması həqiqətini diqqətdən qaçıрмаğa gətirib çıxarmışdır. Gerçəkdə bazar iqtisadiyyatı anlayışı, liberal düşüncədə köklü bir yerə sahib olan “öz-özlüyündə formalaşan nizam” anlayışının mübadilə əlaqələri sahəsindəki təzahürlərindən biridir. Burada bəhs edilən mübadilə əlaqələri deyiminin iqtisadi və ticari əlaqələrlə bağlı olduğu

mələumdur. Çünki öz-özlüyündə formalaşan nizam anlayışı, həm ictimai həm də iqtisadi xüsusiyyətlərə malik olan əhatəli bir anlama sahibdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bəzi iqtisadçıların fikrinə görə, öz-özlüyündə formalaşan nizam müxtəlif növləri olan bir sosial əlaqələrin nizamlı formasıdır və iqtisadi həyat bunlardan sadəcə biridir, tamamilə hamısı deyildir. Norman Barry də bazarın, fərdlər tərəfindən arzularının yüksək səviyyədə qarşılandığı bir mexanizma olaraq özlüyündə formalaşdırılan sosial qurum olduğuna əsaslanmaqdadır: “Bazarlar, əşyaların və xidmətlərin nisbi qiymətlərinə bağlı olaraq mübadilə edilməsi ilə əlaqələndirilir; buna baxmayaraq, bu onların tək xüsusiyyət forması deyildir (Пастухов Б.И., 2008, 196 c).

Liberalizim və bazar iqtisadiyyatı konsepsiyasını şəxsilik və azadlıq prinsiplərinin sosial və iqtisadi əlaqələrə çevrilməsi ifadəsi kimi adlandırmaq mümkündür. Başqa sözlə, fərdiləşmə və azadlıq prinsiplərinin nəticəsi özlüyündə formalaşan nizam və bazar iqtisadiyyatı anlayışlarıdır. Bazar fərziyyəsinə əsaslanan fərdilik, azadlıq və fərdi mülkiyyət arasında mühüm bir əlaqənin olduğu qənaətində klassik liberallar tərəfindən tez-tez müdafiə olunmuş bir tezis olmuşdur. Bu tezis əsas dəlillərindən biri, fərdi azadlıq (və digər azadlıq formaları) bazarın prinsiplərinə əsaslanan xüsusi mülkiyyət olmadığı bir yerdə mövcud olabilməz. Rasional və müstəqil fərdlər liberal nəzəriyyədə mühüm yer tutur, liberallar makro planda rasional cəmiyyətin sosial və siyasi həyatın dövlət tənzimlənməsinə qarşı çıxırlar. Bu yanaşmanın əsasında Hume (David Hume, 26 aprel 1711 - 25 avqust, 1776. Şotlandiya əsilli Britaniya filosofu, iqtisadçı və tarixçi) ənənəsinə riayət edən liberalların insan fikri məhdud olduğu düşüncəsidir. Azadlığı güc, istedad ya da iqtidar ilə əlaqəli bir dəyər olaraq görən pozitiv müstəqillik anlayışına qarşılıq negativ müstəqillik müdafiəsinin gerisində də eyni Hume antirasyonalist/emprisist prinsipi gizlidir. Bazar iqtisadiyyatı ilə bağlı edilən tənqidlər, ümumiyyətlə, bu modelin bir rasyonalist cəmiyyətin fikri əsasında qurulması ilə bağlı olan nəzəriyyəyə əsaslanır. Liberalların fikrincə, bazar iqtisadiyyatını tənzimlənen iqtisadiyyatdan ayıran ən vacib məsələlərdən biri bazar iqtisadiyyatının bir hədəf və dəyərlərin miqyasına əsaslanmasıdır. Tənzimlənen iqtisadiyyatından fərqli

olaraq, bazar iqtisadiyyatı eyni vaxtda bir-biri ilə hətta fərqlənən bir çox məqsəd və dəyərlərin monitorinqi və qəbul edilməsi üçün imkan yaradır. Bu xüsusiyyəti ilə bazar iqtisadiyyatı fərdlərin və müxtəlif qrupların hakimiyyət gücünün qarşısını almaq üçün bir üsul olaraq muxtar bir varlıq kimi qalmalarını təmin etməklə və bunlardan ibarət olan vətəndaş cəmiyyətinin ortaya çıxmasını və yaşamasını təmin edir. Digər tərəfdən, iqtisadiyyatın tənzimlənməsi mərkəzi planlaşdırma məntiqi ilə istehsalı zəruri edir, çünki bu zərurət uzun müddət ərzində vətəndaş cəmiyyətini ictimai tələbatını ödəyir, beləliklə cəmiyyət üçün bir məqsəd və dəyərin miqyasını qoyur (Болтинова О. В., 2011, s.128).

Məlumdur ki, sığorta, baş verə biləcək təhlükələrin iqtisadi nəticələrini aradan qaldıran hər hansı bir hadisədən əvvəl alınmış tədbirlərlə bağlı risklərin idarəedilməsidir. Sığorta və risklərin idarə olunmasında az sayda insanın zərərləri eyni riskə məruz qalan bütün insanlar tərəfindən daha asan qarşılır. Sığortalanmış satınalmalar müəyyən edilmiş hadisələrdən qorunmaqla və sığorta şirkətləri də bu satınalmalarla bağlı məbləğləri risklərə yönəldəcək şəkildə ödəyirlər. Bu səbəblə, sığorta sektorunu, riskdən qorunmaq istəyən sığortalılardan toplanan bütün qaynaqları, risklə qarşılaşan sığortalılara köçürən sadə bir mexanizm olaraq görmək səhvdir. Onun rəqabəti formalaşdıran amilləri sayəsində sığorta sektoru ölkənin iqtisadiyyatına da böyük töhfələr verir. Bu gün iqtisadi inkişaf modellərinə, bankçılıq və sığorta sektorunun inkişafı da əlavə edildi və çoxlu empirik araşdırmalar bankların və sığorta şirkətlərinin iqtisadi böyüməyə qatqı təmin etdiyini göstərdilər. Sığorta sistemi müxtəlif əhəmiyyətli iqtisadi cəhətdən rəqabətə davamlılığı formalaşdıran bir sıra amillər və göstəricilər əsasında fəaliyyət göstərir. Bu amilləri və göstəriciləri aşağıdakı şəkildə göstərmək olar (Cummins, David J. ve Doherty, Neil A. 2006, s.359-396):

- İqtisadi və sosial həyatda fərdlərə və qurumlara xəbərdarlıq və təhlükəsizlik vədi ilə təmin etmək. Sığorta şirkətləri arasında əhali üçün ən yaxşı səviyyədə təhlükəsizlik şəraiti təqdim etmək insanların o şirkətə olan diqqətini artırır. Buna görə sığorta şirkətləri arasında rəqabət formalaşarkən bu məqama diqqət yetirirlər. Çünki sığorta gələcək risklərdən qorxmadan yaşamaq, işləmək və yeni

təşəbbüslərə daxil olmaq imkanı verir. Riskləri tamamilə aradan qaldırmaq mümkün deyilsə də, sığorta şirkətləri sığortaçılara qorunma üsulları təqdim edir, məlumat və təcrübə məsləhətlərini təqdim edir, riskləri qarşısını alır və ən az ziyanla riskdən qurtulmalarına kömək edir. Bütün bunları yüksək səviyyədə təmin edən şirkət isə rəqabətdə önə keçir.

- Kredit təminatına kömək etmək. Bu gün kreditsiz nə ticarəti, nə sənaye, nə də xidmət sahələri düşünülə bilməz. Kreditə ipoteka ediləcək bir dəyərin sığortalanması kreditorların hüquqlarını gücləndirərək kredit alma prosesini asanlaşdırır. İqtisadiyyatda kredit demək risk deməkdir, kredit verən bu riski də təhvil vermək məcburiyyətindədir. Sığorta şirkətləri kredit məsələsində verdiyi təminat cəmiyyət tərəfindən xüsusi olaraq qiymətləndirilir. Bu təminatı ən yaxşı səviyyədə verən şirkət isə rəqabətdə üstünlük əldə edir.

- Yığımları artırmaq və kapitalın formalaşmasına kömək etmək. Həyat sığortası və oxşar sığortalar, onların uzunmüddətli xüsusiyyətləri baxımından pul yığılmasında böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu cəhətdən sığorta şirkətlərinin insanlar tərəfindən ən çox seçilən sığorta növünə görə güvənilir olması ona daha çox insanın yatırım etməsinə və istər milli istər dünya iqtisadiyyatında yığımın formalaşmasında daha böyük paya sahib olmasına gətirib çıxarır. Bu paya sahib olmaq həvəsi isə sığorta şirkətləri arasındakı rəqabəti gücləndirir. Çox az qənaətlə, ödəniləcək məbləğlərin təyin olunduğu tarixdə müəyyən bir məbləğ əldə edilə bilər. Bundan əlavə, toplanan pul ilə yaradılan kapital investisiyalardan istifadə iqtisadi sistemdə mühüm rol oynayır.

- Cəmiyyətdə sülh və inam yaratmaq və həmrəylik. Sığorta şirkətləri ölkənin iqtisadiyyatına artan sərmayələrin təsirindən, ayrı bir sektor yaratmaqda və yeni iş yerləri yaratmaqla birlikdə və işsizlik səviyyəsinin minimum səviyyəyə endirməklə işsizliyi aradan qaldıraraq mühüm fəlakətlərin aradan qaldırılmasına və məşğulluğun artmasına səbəb olur. Bunu isə büdcəni düzgün idarə etməklə nail olub bilər. Əgər sığorta şirkətləri rəqabət şəraitində büdcələrini düzgün idarə edərsə cəmiyyətdə yuxarıda sadalanan şəkildə iqtisadiyyata müsbət istiqamətdə təsir göstərər və digər sığorta şirkətləri ilə müqayisədə önə keçmiş olar. Bundan başqa,

göstərmək lazımdır ki, sığorta şirkətləri ictimai iğtişaşların yayılmasına mane olur, çünki ölüm, yanğın, oğurluq, təbii fəlakət və əlillik kimi risklərin həyata keçirilməsindən yaranan sosial-iqtisadi problem və zərərlər qarşısını alır. Beləliklə, sülh və təhlükəsiz mühitin formalaşmasına kömək edir.

- Beynəlxalq əlaqələri yaxşılaşdırmaq. Sığorta fəaliyyəti baxımından sığorta şirkətlərinin rəqabətdə digər şirkətlərə qarşı müvəffəqiyyəti mümkün qədər də geniş sahəyə yayılmasına bağlıdır. Bu səbəbdən, sığorta şirkətləri xarici ölkələrdə filial açmaq və ya xarici ölkələrdə şirkətlərlə təkrar sığorta müqavilələri bağlamaqla daha geniş bir cəmiyyətdə iştirak edərək rəqabətdə üstünlüyə sahib olabirlər.

- Maliyyə sabitliyini artırmaq. Sığorta, fərdlərin və təşkilatların həyatına, sağlamlığına, əmlakına və maliyyə aktivlərinə təminat verərək, maliyyə sabitliyi mühitini təmin ediyi məlumdur. Sığorta edilmədən, insanlar öz ailələrindən, qohumlarından və ya dövlətdən maddi yardım alacaqlar. Şirkətlər sığorta ilə əhatə olunmadığından, itkilər və zərərlər üzə çıxacaq və bu, iflas və ya maliyyə resurslarının azalmasına gətirib çıxara bilər. Nəticədə firmaların iqtisadi artımlara qatqısı azalacaq, işçilər işlərini itirirlər, sahibkarlar işlərini itirəcək və hökumətlər vergi gəlirlərini itirəcəklər. Bu mənada, risklərlə qarşı-qarşıya qaldıqları və ola biləcək risklər üçün böyük fondlar ayırmaq məcburiyyətində qalmayan şirkətlər, daha münasib vəziyyətə gələrək yeni investisiyalar etmək, istehsallarını artırmaq, texnologiyalarını inkişaf etdirmək və araşdırma-inkişaf etdirmə fəaliyyətlərinin gerçəkləşdirilməsinə zəmin yaradacaq sığorta şirkəti rəqabət mövqeyi güclü olacaqdır. Bütün bunlar üçün təminatın verilməsi və bu fəaliyyətlər üçün zəruri şərait yaradaraq iqtisadiyyatın stimullaşdırılmasına yardım edilməsi məhz bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığorta şirkətlərinin arasında rəqabətin formalaşmasına təsirini göstərəcəkdir.

- Risklərin daha səmərəli idarə edilməsini təmin etmək. Sığorta sektoru riskləri ölçmək, idarə etmək və köçürməklə iqtisadiyyatın qarşılaşdığı riskləri azaldır. Sığortaçılar risklərin yaranması halında ehtimal olunan zərərin səviyyəsini təxmin edir və zərərin məbləğini ona müvafiq olaraq təyin edirlər. Bu səbəbdən,

sığortaçı 12-dən az mükafat ödəmək və risk meydana gəldiyi zaman ən az zərər verə bilmək üçün lazımı tədbirləri görür. Beləliklə, resursların daha məqsədəuyğun istifadəsi təmin edən sığorta şirkəti rəqiblərinin önünə keçir.

- Maliyyə sisteminin səmərəliliyini artırmaq. Sığorta sektoru maliyyə sisteminin effektivliyini üç yolla artırır: əməliyyat xərclərini azaldaraq, likvidliyi təmin edərək və miqyaslı iqtisadiyyatı yaratmaqla. Sığortaçılar çox sayda insanın az miqdarda ödədiyi məbləğləri yığır və istehsalda istifadə üçün kreditlər kimi təqdim edirlər. Sığortaçılar vasitəçi kimi çıxış etməyi öhdələrinə götürsələr də, onlar borc götürdükləri və sığorta şirkətlərindən birbaşa investisiya etdikləri üçün aşağı xərcləri olur. Bu proses sayəsində yığımlar hərəkət edir və yığılmaya doğru hərəkət edən ölkələr daha sürətli böyüyürlər. İkincisi, sığortaçılar likvidlik yaradır. Sığorta olunanlar uzun müddətli topladıqları vəsaitləri ödəyirlər, sığortaçılar isə qısa müddətdə zərərləri ödəyirlər. Üçüncüsü, sığortaçılar miqyas iqtisadiyyatına təsir göstərirlər. Onlar böyük və bahalı layihələrin maliyyə ehtiyaclarını sığorta üçün yığılan və yaradılan vəsaitlərlə qarşılayırlar. Xüsusilə, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə investisiya layihələrinin həyata keçirilməsində sığortaçıların fond yaratma qabiliyyəti əhəmiyyətli bir paya malikdir. Bütün bunların yekunu kimi bu 3 fəaliyyətin hər biri sığorta şirkətlərini daha yaxşı olmaq üçün rəqabətə təşviq edir.

Müəssisələr korporativ məqsədi ilə təyin edilmiş əsas vəzifələrini və rəqabət funksiyalarını yerinə yetirərkən bir sıra əsas dəyərləri nəzərə alır; bunları birbaşa işlər və əməliyyatlara əks etdirməyə diqqət yetirirlər. Bu cəhətdən bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığorta şirkətlərinin rəqabət davamlılığı baxımından tabe olması vacib olan bir sıra şərtlər vardır ki, bu şərtlər aşağıdakı şəkildə göstərmək olar:

- Tərəfsizlik və obyektivlik. Görülən fəaliyyətə və ya prosesə aid bütün məsələləri nəzərə alan və fikirlərin şəxsi mənafehlərin və ya başqalarının təsirinə məruz qalmadan, obyektiv sübutlara əsaslanandıran zehni bir vəziyyətdir. Rəqabət üçün daxili auditor öz fikirlərini, qiymətləndirmələrini və tövsiyələrini təqdim edərkən lazımı peşəkar tərəfsizliyi nümayiş etdirməlidir. Digər şirkətlərlə rəqabət prosesində və qərarlarında təşkilat heç bir ayrı-seçkilik olmadan maraqlı tərəflərə

bərabər qalır və qərarlarını faktların konkret halları və onların araşdırmalarında əldə edilmiş sübutlar və tapıntılarla əsaslandırır.

- Qanun və proqnozlaşdırma. Rəqabətdə qabaqcadan məlumatların toplanaraq proqnozun hazırlanması və bu proqnozun qanuni olması, yəni şirkət müəyyən səviyyəli bilik və təcrübə ilə düzgün və adi bir vəziyyətdə nə baş verə biləcəyini bilməsi, qanunla nəzərdə tutulmuş qaydalara və qərarlara uyğun şəkildə əməl edərək, düzgün qəbul edilmiş qanunlara uyğun şəkildə hərəkət edərək, qanununvericiliyin universal prinsipləri çərçivəsində hazırlanan qanunlarla qadağan olunan və cəzalandırılan məsələləri anlamaq və tətbiq etmək. Bu, sığorta şirkətləri arasında azad rəqabətin mənbəyidir. Qanunun aliliyi qanunun və onun icrasını qoruyur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində hər nə qədər azad ideyalar əsasında formalaşdırılmış olsa da rəqabətdə haqsızlığın önünü kəsmək üçün sığorta təşkilatları bu prinsipə uymalıdır. Təşkilat buna görə də işlərini, prinsip və prosedurlar baxımından ardıcıl tutmağa çalışaraq özünə verilən qanuni vəzifələri yerinə yetirir. Rəqabət siyasətinə və hüquqi qaydalara uyğun olaraq, qlobal inkişafa, sərbəst bazar prinsiplərinə, rəşional səbəblərə və konkret məlumatlara uyğun olaraq, ən rəqabətli və ən yaxşı bazar şərtlərini nəzərə alaraq bir proqnozlarla tətbiq sxemi yaradır.

- Rəqib sığorta şirkətlərini və sadıq müştəriləri tədqiq etmək. Rəqabətdən qorxmaq yerinə onu rəqibləri öyrənmək vasitəsi kimi istifadə edilməsi və rəqabətə görə biznes modelinin qiymətləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sığorta şirkətləri rəqiblərinin güclü və zəif tərəflərini öyrənməlidir. Güclü tərəfləri və zəiflikləri bir üstünlük olaraq istifadə edilməlidir. Hədəf bazarın rəqabət mühitini təsvir etmək və təhlil etmək üçün ixtisaslaşmış şirkətləri məlumatlarından istifadə edilməsi əhəmiyyətlidir. Rəqib sığorta şirkətlərindən öyrənilənlər, sığorta bazarında üstünlük təmin edərək rəqabət avantajını təkmilləşdirməyə kömək edəcəkdir. Ətraflı müştəri məlumatları rəqabət məlumatları kimi vacibdir. Sığorta müştərilərinin portfelinin dərin bir anlayışına sahib olmaq, gəlir potensialını artırmaq, müştərilərin saxlanma şansını artırmaq və müştərilərin sayını artırmağa kömək edəcəkdir. Sığorta bazarında yerini və rəqiblərinin yerini qiymətləndirmək

üçün bir çox alətlər və üsullardan istifadə edilməsi məqsədə uyğundur. Bu alətlərdən biri kimi “iqtisadi xəndək” yaradılmasıdır. İqtisadi xəndək ifadəsi Warren Buffet tərəfindən istifadə edilən bir termindir və qısaca, rəqibin digər şirkətdən nüsxəsini ala bilməyəcəyini bir xidmət və ya məhsula aiddir. Bazara daxil olmaq və marketinq payını almaq istəyən rəqiblərdən istifadə etmək üçün iqtisadi xəndəkdən faydalanmaq məqsədə uyğun hesab edilir. Bu yolla, sığorta şirkətləri işlərini gücləndirəcək və mənfəət potensialını qoruyacaqdır.

- Rəqabət üstünlüyünü qorumaq. Sığorta bazarında hər bir şirkət rəqabət üstünlüyü qazandıqdan sonra da işə davam etmək məcburiyyətindədir. Uğurlu olmaq üçün hər bir şirkət rəqabət üstünlüyünü davamlı olaraq inkişaf etdirməli və təkmilləşdirməlidir. Nəticədə, rəqiblərdən geri qalmayacaq və sığorta bazarında böyük paya sahib olacaqdır. Sektorun gələcək tendensiyalarını gözləyərək, rəqibləri müşahidə edərək, müştərilərin ehtiyaclarına və istəklərinə uyğunlaşaraq, davamlı tədqiq edərək, rəqabət qabiliyyətini davam etdirmək olar. Bəzən şirkətlərin əksəriyyəti qabağına çıxacaq olan maneələr və fərqlilik yaratmaq üçün risk ala bilər və bəzən böyük risklər böyük miqdarda mənfəətə səbəb ola bilər.

- Sığorta şirkətinin adının markalaşması. Yeni şirkətlər sığorta bazarına daxil olduqda, bazar payında azalma olacaq. Ancaq bu bəzi sığorta şirkətlərinin xeyri üçündür. Hər bir sığorta şirkəti müxtəlif müştəri bazasına malikdir. Bir şirkətin bütün insanlara eyni cür sığorta növü üzrə hərtərəfli təmin etməsi vacib məsələlərdəndir. Buna görə, ən yaxşı rəqabət üstünlüyü üçün hər bir sığorta növü üzrə təminatı yaxşı müəyyən etmək və insanlara cəlbedici təkliflər verməkdir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əgər şirkətin fərqli bir xüsusiyyəti yoxdursa, iflasın kənarında hesab edilir. Rəqabətdən düşməmək üçün seçici olmaq vacibdir. İnsanlar başqa bir sığorta şirkətində sığorta etdirərkən, onların ağıllarında olmaq lazımdır. İnsanlarda tərəddüd yaradacaq bir sığorta şirkəti olmaq isə, onlar sığortalarını məhz bu sığorta şirkətinə etməzlərsə nə itirdiklərini düşünməsini ifadə edir.

1.3. Sığorta bazarı ilə iqtisadiyyatdakı dəyişikliklər arasında qarşılıqlı təsir

İqtisadiyyatda məhsuldarlığı, inkişafı və böyüməni dəstəkləmək kimi iqtisadi funksiyalar sığorta şirkətlərinə maliyyə qurumu olmaq statusu qazandırır. Ümumiyyətlə, sığorta risklər zamanı zərərlərin qarşısının alınmasını təmin edən bir sistem kimi qəbul edilir və risk baş verdikdə zərərin qarşısının alınmasını təmin edir. Bununlardan əlavə, bir sıra xüsusiyyətlərə görə, sığorta sistemi iqtisadiyyatda bir sıra mühüm vəzifələri həyata keçirir. Risk və sığorta problemlərinə yanaşma baxımından asılı olmayaraq, sığorta mövcudluğu bütün iqtisadi qurumların fəaliyyətinə təsir göstərir və bu səbəbdən resursların optimal paylanmasına və ölkənin iqtisadi inkişafına təsir göstərir. İqtisadi və texnoloji inkişafın artması yeni risk növləri və sığorta tələblərini artırır. Sığorta sektoru dövrün şərtlərinə uyğunlaşmağa çalışır və ortaya çıxan ehtiyacları böyük yaradıcılığı ilə cavab verir. Tarixi olaraq, dünyamızda, rifah dövrünün arxasında, sığortaçıların uğurları və ixtiraları ilə birlikdə hörülmüş dəstəyi və təhlükəsizliyi vardır. Dünya iqtisadiyyatı ilə sığorta fəaliyyətinin inkişafı arasında əlaqələr birbaşadır. Sığorta tarixində, həmrəylik əməliyyatları təşkilatı olaraq başlayan sığorta fəaliyyəti, beynəlxalq sahələrə ticarəti yayan sahibkarlar və iş adamları üçün vacib olan fəaliyyətlərə çevrilmiş, sahibkarların sayını artıraraq, kredit imkanları yaradır. Sığorta sektorunda səhm, istiqrazlar, daşınmaz əmlak alışı və kreditlərin payının artırması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu yolla, qabaqcıl sığorta fəaliyyəti ölkənin iqtisadiyyatında məhsuldar fəaliyyətə gətirib çıxaran funksiyaları yerinə yetirən, eləcə də risklərin idarə edilməsinə və satma təminatına aid funksiyaları gerçəkləşdirən qurumlara çevrilmişdir. İqtisadi inkişafdan ötəri hər bir cəmiyyət sərmayə yığılmasına əhəmiyyət verməlidir. Tarazlı şəkildə balansın böyüməsi isə, qaynaqlar, resurslara qənaəti və sərmayə yığımını tələb edir. Planlaşdırılan artım tempi üçün tələb olunan sərmayə yığımı yalnız iqtisadiyyatın qənaət edilməməsi və tələb olunan xarici resursların miqdarını əldə etməklə əldə edilə bilər.

Sığorta biznesin iqtisadi funksiyalarına makro səviyyəli təsir göstərir. Başqa sözlə, bu funksiyaların əhatə dairəsi ölkə və dünya iqtisadiyyatı olub genişlənməyə,

təkmilləşməyə və inkişafa istiqamətlənmişdir. Sığorta fəaliyyəti daha geniş yayıldığı üçün iqtisadi funksiyaların səmərəliliyinə, iqtisadiyyatın böyüməsinə və inkişafına müsbət təsirləri artır (GOEL, Rajeev K. 2006, s.211-215).

Real kapitalın (kapitalın) formalaşması gəlirdən qənaət edilməsi ilə əmanət kapital mallarına çevrilir. Aydın ki, gəlir səviyyəsinin nə qədər yüksək olarsa, qənaət də bir o qədər daha çox olacaqdır. Əmanət gəlir səviyyəsinin bir funksiyası olaraq fərdi qənaət kimi dəyərləndirilir. İnsanlar öz gəlirlərindən öz istəkləri ilə formalaşdırdıqları yığımlar ümumiyyətlə əmanət fondları, banklar, həyat sığortası və digər sığorta, oxşar təşkilatlar vasitəsi ilə toplanaraq kreditləşdirmə yolu ilə investisiya qoyuluşu fonduna çevrilir və ya fond üçün hazır bir mənbəyə çevirilir. Sığortaçılar, xüsusilə həyat sığortaları ilə, şəxsin gəlirindən müntəzəm tutarlar əldə edirlər. Sığortalı tərəfindən ödənilən pulun məbləğləri də qənaət hesab olunur. Sığorta təşkilatları tərəfindən əldə olunan pul vəsaitləri, zərərlərin ödənilməsinə qədər sığorta şirkətində böyük məbləğlər şəklində qalır. Bu vəsaitlər iqtisadiyyatda investisiyaların mənbəyi olan vəsaitlərin tədarükünü artıran vəsaitlərdir.

Müasir artım nəzəriyyələri əsasında investisiyanın potensial-gücləndirici təsirləri dayanır. İqtisadiyyat istehsal qüvvələri böyüdükcə böyüyür və inkişaf edir. Bu səbəblə, resursları tapmaq və investisiyaların maliyyələşdirilməsi zəruriliyi baxımından sığorta sektoru tərəfindən yaradılan vəsaitlər böyük əhəmiyyət daşıyır. Sığorta sektoru tərəfindən qoyulacaq bu vəsaitlərin köçürülməsi ilə məşğulluq artımı, yeni iş yerləri yaradıla bilər. Bununla yanaşı, sahibkarlara veriləcək təminatla ticarət inkişaf etdiriləcək və ödəniş balansını ixrac artımına müsbət təsir göstərəcəkdir.

Bir mənada sığorta fəaliyyətinin böyük kütlələrə çatma imkanına malik olduğundan, ölkənin vətəndaşlarının böyük bir hissəsini və xaricdəki vətəndaşların pul vəsaiti ehtiyatlarının yığılması imkanı var. Bu yığım investisiya sahələrinə köçürüldükdə məşğulluq və milli gəliri artırır. Gəlirləri artan insanlar daha çox qənaət edə bilərlər. Bu gün, qloballaşma tendensiyası artdıqda, beynəlxalq səviyyədə olan sığorta əməliyyatları da sürətlə qloballaşır. Bu əməliyyatlar ölkənin ödəmə balansını da təsir edir. Beynəlxalq sığorta və təkrar sığorta əməliyyatları

müvəffəq olsa, xarici valyuta qazanılır və xarici ödənişlər üçün pul köçürmələri yaradır. İdxal olunmuş mallara sərmayə qoyan inkişaf etməkdə olan ölkələr baxımından bu xarici valyuta gəlirləri böyük əhəmiyyət kəsb edir (HAMMOND, Peter J. 2005,s.76).

Vurğulamaq lazımdır ki sığorta, yığımların əsas mənbəyidir. Məhz iqtisadi inkişafda yığımlar çox vacibdir. Ancaq inkişaf etməkdə olan bəzi ölkələrdə isə adam başına düşən gəlir səviyyəsi yüksək deyil. Əhalinin əksəriyyəti aşağı gəlir səviyyəsinə malikdir. Nəticədə istehlakın azaldılması və yığımın artırılması üçün tədbirlər bu sektorda uğur qazanma şansına malik deyildir. Bundan əlavə əmanətləri artırmaq üçün digər təşkilatlar olmalıdır. İqtisadi sistem kimi əmanətlərin investisiya halına çevrilməsinin üç yolu var. Birincisi, bank sistemidir, ikincisi isə kapital bazarları sistemidir. Əmanətlərin investisiya halına çevrilməsinin üçüncü yolu isə sığorta sistemidir. Başlanğıcda qeyd etdiyimiz kimi, sığorta sistemi risklər zamanı zərərlərin əvəzinin ödənilməsi üçün təminat verən və ziyan meydana gəldiyi zaman zərərləri ödəyən bir sistemdir. Sığorta sistemində maliyyələşmə gücü ən çox həyat sığortasında müşahidə olunur. Bu vəsaitlər asanlıqla sənaye investisiyalarına köçürülə bilər, çünki həyat sığortası fondlarından alınan pul vəsaitləri daha uzun müddətli fond yaradır. Bu xüsusiyyət sənayeləşmiş ölkələrdə daha önəmli və zəruri bir qaynaq yaradır. Bir çox ədəbiyyatlarda göstərilir ki, sığorta sektoru tərəfindən yaradılan vəsaitlər İkinci Dünya müharibəsində məğlub olan və bütün sığorta portfelini itirmiş Qərbi Almaniyanın inkişafına böyük töhfədir. Bu baxımdan yığım iqtisadiyyatın inkişafında əhəmiyyətli bir qaynaqdır və xüsusilə həyat sığortası təşviq edilir. Həyat sığortası və fərdi pensiya sistemləri ölkəmizdə iqtisadiyyatında da vacibdir (Гвозденко А. А. 1998, s.184).

Sığorta sisteminin qənaət baxımından ölkəmizin iqtisadiyyatına təsirinə baxdıqda, gələcəkdəki qeyri-müəyyənliklərə qarşı tədbir kimi şirkətlər ehtiyat fond kimi öz kapitalının bir hissəsini ayırırlar. Yanğın, zəlzələ, oğurluq, istehsal prosesində iştirak edən maşın və avadanlıqların sıradan çıxması və buna bənzər risklərə ayrılan pullar, həqiqətən, şirkətlər üçün investisiya üçün istifadə edilə

bilməyən pullardır. Sığorta sistemi, ehtiyat fondunun yerləşdirilməsinə olan ehtiyacları aradan qaldıraraq, şirkətlərin risklərini özü üstələmişdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə kapitalın artıq məhdud olduğunu nəzərə alaraq, istifadə olunmamış ehtiyatların iqtisadiyyata daxil olması mühüm bir mənbə yaradır. Ölkəmizin iqtisadiyyatı baxımından sığorta sisteminin digər əhəmiyyətli təsiri də məşğulluğun yaradılmasına qatqıdır. Sistem böyüdükcə genişləndikcə sığorta şirkətlərinin sayı artıb və mövcud sığorta şirkətlərinin işçilərin sayı artmaqdadır. Buna paralel olaraq sığorta agentliklərinin sayı, həm agentlər, həm də brokerlər və mütəxəssislər artır.

Məlum olduğu kimi, gündəlik həyat qeyri-müəyyənliklə və risklərlə doludur. Bu riskləri fiziki şəkildə aradan qaldırmaq mümkün olmadığı üçün insanlar ən azından onların iqtisadi nəticələrini aradan qaldırmağa və ya azaltmağa cəhd etmişlər və risk meydana gəldiyində baş verə biləcək zərərin bölünməsi ilə sığorta anlayışının təməlini qoymuşdurlar. Sığortaçılıq, iqtisadiyyatda, kənd təsərrüfatında, ixracatda, məhsulların nəqlində və iqtisadiyyatın digər sahələrində olan riskləri qarşılamaq baxımından, inkişaf etməkdə olan ölkələrin bəzilərində isə bu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Müxtəlif maddələrə və dəyərlərə investisiya edilən kapitalın mümkün təhlükələrə qarşı qorunması yalnız yaxşı bir sığorta işinin təşkil olması ilə mümkündür (Həsənlı M. X., Mehdiyeva L. T., 2006, s.168).

Bu səbəblə, bu gün sığorta hər cür ticarət, sənaye və ictimai həyatın əhəmiyyətli bir hissəsi olmaqla cəmiyyətin həyat səviyyəsinin aydın meyarlarından biri halına gəlmişdir. Digər tərəfdən, sığorta şirkətlərinin iqtisadi sahədə rolu yalnız risklərdən yaranan zərərlərin təmin edilməsi deyil, eyni zamanda strukturunda toplanan vəsaitləri səhmlər və istiqrazlar kimi dəyərlərə investisiya etməklə kapital bazarının inkişafına kömək etməkdir. Qərbdə sığorta işinin qurulması və inkişafı, iki yüz ildən çox bir keçmişə malikdir. Bu ölkələrdə sığorta sektoru iqtisadiyyatdakı mövzu, iş, əhatə dairəsi və çəkisi ilə bir sənaye halına gəlmiş və cəmiyyət üçün əhəmiyyətli xidmət sahəsinə çevrilmişdir. İqtisadi inkişaf; inkişaf etməkdə olan ölkədə ümumi tələbin ilkin olaraq kənd təsərrüfatı sahəsindən sənaye sahəsinə keçməsi, sənaye sektoru içərisindən istehlak malları

sənayesindən ara və yığım malları sənayelərinə keçməsi və bütün bu inkişaf birlihdə ölkədə yığım və yatırım vərđişlərinin dəyişməsi, insan ilə insan arasında və insanla ətraf mühit arasındakı əlaqələrin mədəni həyat səviyyəsinin tələblərinə uyğun şəkildə tənzimlənməsidir. Bu baxımdan iqtisadi inkişaf iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin səviyyəsinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır.

İqtisadi inkişaf prosesində iqtisadiyyatın istehlakçıdan konstruktiv bir quruluşa keçməsi zamanı sərmayələr çox əhəmiyyətli rola malikdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə muxtar investisiyalar (infrastruktur sərmayələri) xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Ölkədəki məhsuldar investisiyalar və infrastruktur investisiyalarının inkişaf planları və siyasətlərini həyata keçirmək istiqamətində inkişaf etməsi bu investisiyaların sağlam və davamlı mənbələrdən alınmasına bağlıdır. Buna görə investisiyaların ən etibarlı maliyyələşdirilməsi mənbəyi ölkənin daxili yığım həcmidir. Ancaq inkişaf etməkdə olan ölkədə yığım ənənəvi quruluşa malik olduğundan, ölkənin potensial yığım həcmi və faktiki əmanət həcmi arasında əhəmiyyətli fərq vardır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə potensial yığma nail olmaq üçün yığımların təşviq edilməsi vacibdir. Buna görə ictimaiyyət yığım vəsaitləri haqqında məlumatlandırılmalı və müxtəlif qənaət alətlərinin tətbiqinə qarşı çevik olmalıdır. Çünki bir ölkə üçün könüllü yığım həmin ölkədə artan sərmayə yığımının ən sağlam mənbəyidir (Xankişiyev B.A., Abdullayev P.N. 2004. s.76).

Sığorta yalnız riskləri təminat altına alan və risklərdən yaranan zərərləri təmin edən bir sistem deyil. Eyni zamanda, prim gəlirlərinin fond gücünü investisiya sahələrinə köçürərək iqtisadi inkişaf üçün əhəmiyyətli bir maliyyə resursudur. Başqa sözlə, sığorta kiçik yığımları birləşdirərək vəsait yaradan bir sistemdir. Bu funksiya çoxu həyat sığortalarından özünü göstərir. Həyat sığortası siyasəti digər sığorta sahələrindən fərqli olaraq uzunmüddətlidir. Bu vəsaitlər asanlıqla sənaye investisiyalarına köçürülə bilər.

Digər tərəfdən, iqtisadiyyatın nəzarəti altında olan sığortanın artırma gücünün istifadəsi xüsusilə sənayeləşmiş ölkələrdə əvəzsiz bir resursdur. Sığorta yığımlarına təşviq edilməsi və yığılmış vəsaitlərin effektiv yerlərdə yerləşdirilməsi

bir çox ölkələrin inkişafında əhəmiyyətli rol oynamışdır. İkinci dünya müharibəsi ilə məğlub edilən və bütün sığorta portfelini itirmiş olan Qərbi Almaniyanın möcüzələrinin əsaslarından biri sığorta sektoru tərəfindən yaradılan fondlar olmuşdur. Bütün inkişaf etmiş sənaye ölkələrində, sığorta, xüsusilə də həyat sığortası inkişafın yalnız yığım yolu ilə əldə edilə biləcəyini nəzərə alaraq yığımın xüsusi bir vasitəsi olaraq görülür. İnkişaf etməkdə olan ölkədə kapital faktorunun çatışmazlığı baxımından hadisəni qiymətləndirdikdə, kifayət qədər kapital faktorunun qeyri-effektiv istifadə olunduğu məlumdur. Maliyyə bazarlarında qeyri-monetar maliyyə qurumlarında olan və müxtəlif riskləri bölüşdürmək və ya azaltmaq üçün sığorta xidmətlərini həyata keçirən sığorta şirkətləri, riskin yaratdığı zərərlərə qədər sığorta haqlarından müxtəlif bazarlara (xüsusilə kapital bazarına) köçürmələri həyata keçirən bir maliyyə vasitəsidir. Başqa sözlə, sığorta şirkətləri sığorta siyasət vasitəsilə investisiyalara yönəldiləcək və bu vəsaitlərin müxtəlif sahələrə maliyyə alətləri vasitəsilə sərmayə qoyuluşunu həyata keçirəcək, bundan başqa kapital bazarının inkişafında fəal rol oynayan vəsaitlərin yaranmasına kömək edəcək qurumlardır. Qərb ölkələrində, xüsusilə həyat sığortası şirkətləri fərdi əmanətlərin toplanmasında vacib funksiyaları olan və yığım xüsusiyyətlərinə görə özəl və dövlət müəssisələri üçün uzunmüddətli investisiya kapitalının nənəyi olan ən qədim maliyyə vasitəçilərindən biri kimi qiymətləndirilir. Bu baxımdan sığorta bazarının ölkə iqtisadiyyatına təsiri və iqtisadiyyatda baş verən dəyişikliklərin sığorta bazarına təsiri ətraflı şəkildə araşdırılaraq öyrənilir və buna uyğun tədbirlər həyata keçirilir. Çünki sığorta sadalanan səbəblərdən də məlum olduğu kimi istər tarixi inkişaf mərhələsində, istərsə də müasir dövüdə iqtisadiyyatın ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmişdir (Жилкина М.С., 2001, s.13-15).

Sığortanın iqtisadi itkilərin qabaqlayıcısı olması ilə yanaşı, xəsarətin qarşısının alınması fəaliyyətləri də mövcuddur. Sığortanın əsas vəzifəsi xəsarətləri sığortalı qrupa paylamaq olmasına baxmayaraq, sığortaçılar xəsarətləri minimumda saxlamağa cəhd edirlər. Sığortaçılar, əgər bu mövzuda bir cəhd göstərməzsə, xəsarətlərin sayısının artmasından əlavə insanların xarakterindən dolayı, sığortaçının xəsarəti tam olaraq ödəyəcəyini bildiyi təqdirdə daha diqqətsiz

davranacağına inanırlar. Artan xəsarət və qəzaların olması ehtimalı, prim faizlərinin də artmasına səbəb olacaqdır. Beləliklə, sığortalı sayısının azalacağı, bu durumun da böyük sayılar qanununa əsasən sığorta üçün istənilməyən bir inkişaf olacağı açıqdır. Ayrıca, sığortaçılar xəsarət üçün ödəmələrinin sığorta qərarlarını azaltdığını düşünərək qəzaların qarşısının alınması fəaliyyətlərini və bu fəaliyyətlə məşğul olan qurumlara yardım cəhdlərini artırırlar.

Sığorta tək-cə risklərin yaranması ilə əlaqədar olan iqtisadi itkilərin aradan qaldırılmasından ibarət olmayıb, həm də xüsusiyyətlərinə görə, istehsalçı və ya ixracatçı şirkətin beynəlxalq ticarətdə sığorta riskləri (müəyyən bir mükafat əvəzinə) tərəfindən qəbul edilməsindən ibarətdir. Bu da öz mallarını xarici bazarlara daşımağa imkan verərək xarici ticarətə təsiri artırır. Bununla yanaşı, ixrac krediti sığortası vasitəsi ilə, ixracatçılara məhsulların və xidmətlərin xaricdə satışını təmin etməklə, onların ekstremal riskləri üçün məsuliyyət daşıyaraq maliyyə balansını təhlükə altında qoymur. İxrac krediti sığortası əsasən ixracatın artırılmasına imkan verən bir sistemdir. Bu funksiya iki üsulla yerinə yetirilir. Birincisi, ixracatçının xarici alıcıya (idxalçı firmaya) ticari və siyasi risklərə qarşı müəyyən risklərdən sığortalanmasını təmin etmək və ikincisi isə banka ixracın maliyyələşdirilməsinin təmin edilməsi və ixracatçıya lazım olan kreditləri təmin etməkdir. Bununla da sığorta bazarının ölkə iqtisadiyyatına təsiri gedərək mühüm əhəmiyyət kəsb etməkdədir (Орланюк-Малицкая Л. А. 1994, s.33).

Ölkənin iqtisadiyyatı baxımından sığorta əməliyyatlarının bir digər vacib cəhəti, əmanətlərin mənbəyi olan vergilərə böyük təsir göstərir. Sığorta şirkətləri il sonu balanslarına görə vergilərini ödəyirlər. Bundan əlavə, istiqrazlar, səhmlər və daşınmaz əmlak kimi investisiya maddələrinə gəlir və ya vergi ödəyirlər.

Ölkənin iqtisadiyyatı baxımından sığorta sektorunun vacib bir funksiyası ölkənin məşğulluğuna öz töhfəsini verməkdir. Sığorta təşkilatlarının məşğulluğa qatqısı iki faktor təşkil edir. Birincisi sığorta şirkətlərinin mərkəzi və regional müdiriyyətlərində olan işçi qüvvəsi, ikincisi işçi qüvvəsinin sığorta şirkətlərinin (məsələn, agentlər, istehsalçılar, brokerlər) istehsal orqanlarında işə təyin edilməsidir.

Sığorta müasir bazar münasibətlərinin ən əhəmiyyətli elementlərindən biridir. O iqtisadiyyatda spesifik funksiyalar həyata keçirilməsi ilə bağlı olan maliyyə münasibətlərinə aid edilir. Bazar iqtisadiyyatının təsərrüfatçılıq baxımından müstəqil subyektləri, istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin davamlı inkişafına təminat yaratmaq üçün iqtisadi münasibətlər sistemində, ixtisaslaşmış yenidən bölgü münasibətlərini xarakterizə edən sığorta müdafiəsinə tarixən hərzaman ehtiyac duyulmuşdur. Təsərrüfat subyektlərinin əmlak maraqları dedikdə, ilkin olaraq göstərmək lazımdır ki, əmlaka sahib olmaq, həmin əmlakla bağlı olaraq sərəncam vermək, həmçinin ondan istifadə etmək sahəsində, eyni zamanda bunlarla bağlı olaraq mülki məsuliyyəti olan, müəyyən mənfəət mənbələri ilə əlaqədar olan əmlak maraqları kimi izah edilir. Təsərrüfat subyektinin əmlak maraqlarına zərər dəyməsi, onun əmlakının məhv edilməsində, və ya qismən zərər görməsində, ani maliyyə öhdəçiliklərinin yaranmasında və ya gəlirin (mənfəətin) itirilməsində özünün bəzi spesifik və konkret əksini tapır. Təsərrüfat subyektlərinin və onun əmlak maraqlarına zərər gəlməsi müxtəlif səbəblərdən yararlı ola bilər: əmlakın sahibinin özünün səhlənkarlığından başlayaraq tək həqiqi və gözlənilməz hadisələrədək. (P. J. Freldstein, 2005, s.91)

FƏSİL II. AZƏRBAYCANIN MÜASİR SİĞORTA ŞİRKƏTLƏRİNİN ÇATIŞMAZLIQLARI VƏ RƏQABƏT PRİNSİPLƏRİ

2.1. Azərbaycanın sığorta sektorunun müasir durumu

İlk olaraq, sığorta xidmətləri inkişaf etmiş iqtisadiyyatların aparıcı sektorlarından biridir və iqtisadiyyatda çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bir xidmət sektoru olaraq sığorta sektoru, cəmiyyəti istənməyən və gözlənilməyən hadisələrdən yarana biləcək zərərlərdən qoruyur. Dünyanın aparıcı ölkələrindən olan sığorta mütəxəssisləri hər hansı bir ölkədə sığorta bazarının inkişafında maraqlıdır və hər hansı bir ölkədə sığorta bazarının həcmi ölkə ÜDM-də payı həmin ölkədəki əhalinin sığortaya olan münasibətini və sığorta sektorunun inkişafını göstərir. Bunu aşağıdakı cədvəldə sığorta bazarının inkişaf etdiyi ölkələrdə sığorta yığımlarından da görmək mümkündür.

Cədvəl 2.1: Sığorta bazarının inkişaf etdiyi ölkələr

№	Ölkə	Həyat (mln. USD) 2014	Qeyri-həyat (mln. USD) 2014	Cəmi (mln. USD) 2014	Ölkə ÜDM-nin həcmi (mrd. USD) 2014	Ölkə əhalisinin sayı (mln. nəfər) 2014	Dünya sığorta haqqlarında payı (faizlə) 2014
1	Almaniya	118,475	136,170	254,645	3,621	80,0	5,33
2	Fransa	172,761	97,759	270,520	2,587	66,2	5,66
3	ABŞ	528,221	752,222	1,280,443	17,460	318,9	26,80
4	İtaliya	145,292	49,443	194,735	2,066	61,7	4,08
5	Kanada	52,138	72,235	124,373	1,579	34,8	2,62
6	Yaponiya	371,588	108,174	479,462	4,807	127,1	10,04
7	Çin	176,950	151,490	328,440	17,630	1355,7	6,87
8	BöyükBritaniya	235,321	115,945	351,266	2,435	63,7	7,35
9	Niderland	21,855	74,100	95,955	798,1	16,9	2,01
10	CənubiKoreya	101,572	57,943	159,515	1,786	49,0	3,34

Mənbə: <http://marja.az/news/3911>

Ölkəmizin iqtisadiyyatını və sığorta sektorunun inkişaf etmiş ölkələrin və bəzi Şərqi Avropa ölkələrinin, həmçinin bəzi keçmiş sosialist ölkələri ilə müqayisə edildikdə, bu ölkələrin çoxunda sığorta bazarının ÜDM-də payı 2% və ya daha çox olduğunu müşahidə etmək olar. Azərbaycanın 2015-ci ilin yekunlarına görə,

əgər sığorta bazarının ümumi bazar payı 442,9 milyon manat və ÜDM-in həcmi 54,4 milyard manat təşkil edirsə, deməli, sığorta əqreqlərinin ÜDM-də payı 0,8% təşkil edir (<http://marja.az/news/13351>, 2017).

Eyni zamanda, qabaqcıl sığorta bazarlarında toplanan ümumi sığorta haqlarının strukturu həyat və qeyri-həyat faizləri baxımından 20: 80, 25:75, 30:70, 35:65, 40:60 faiz dərəcəsi ilə həyat sığortası nisbətində olduqca fərqləndiyini qeyd etmək lazımdır. Həyat sığortasının ümumi sığorta haqlarından qaynaqlanması inkişaf etmiş ölkələrdən olan pensiya müavinətlərinin daha sürətlə və əsaslı olduğunu göstərir. Bu ölkələrin daha çox sosial yönümlü olduğu və həyat sığortasından təqaüdüçülərə maliyyə dəstəyi göstərdikləri nəticəsidir. Bu göstərici 30:70 Azərbaycanda qeyri-həyat sığortasının yüksək nisbətində bərabərdir. Həyat sığortasının erkən mərhələlərində bu rəqəm, yəni həyat sığortası haqları, ümumi sığorta haqlarının 10%-ni təşkil edir. Son beş ildə həyat sığortası haqlarını və xüsusilə həyat sığortası məhsulunu, könüllü bir həyat sığortası məhsulunu tanıyaraq, bu rəqəm il ərzində artmışdır.

Azərbaycan sığorta bazarında mövcud vəziyyəti daha yaxşı başa düşmək üçün son 20 ildə baş verən mühüm hadisələrə diqqət yetirmək məqsədə uyğundur. Qeyd etmək vacibdir ki, müstəqillikdən sonra sığorta sektoru digər sahələrdə olduğu kimi durğunluq dövrü yaşamışdır. Sovet İttifaqının süqutundan bu yana, 1992-ci ildən bəri bəzi sektorlarda xüsusi şirkətlər qurulmasının başlaması ilə xüsusi sığorta şirkətlərinin qeydiyyatı və genişlənməsi dövrü başlamışdır. Eyni zamanda, Sovetlərdən qalan Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti də bazarda lider sığorta şirkəti olmağa davam etmişdir. 1990-cı illərdə və sonrakı dövrlərdə qurulan və qeydiyyatdan keçən şirkətlərin sayı 45 ətrafında olmasına baxmayaraq, bu şirkətlərin yarısından çoxu illər içində müxtəlif səbəblərlə: lisenziya, bu günə qədər var olan az qalan rəqabətli bazar şəraitində və təbii olaraq fəaliyyət göstərməyə davam edən şirkətlər, önümüzdəki illərdə kəskin rəqabət şəraitində bir az azalması gözlənilir.

Ötən əsrin 90-cı illərində tam sığorta bazarının mövcud olmadığını diqqətə alsaq, yerli sığorta şirkətlərinin əsas inkişaf mərhələsi əsasən 2003-2004-cü

illərdən sonra olmuşdur. Bu əsasən, yerli banklar və kredit təşkilatlarının illər ərzində beynəlxalq maliyyə institutlarından ucuz maliyyə vəsaitlərini cəlb etməyə başlaması ilə əlaqədardır. Cəlb edilmiş vəsait, öz növbəsində, müxtəlif kredit məhsullarının reallaşdırılmasına gətirib çıxarmış və müxtəlif kredit məhsullarının satışı kütləvi xarakter daşımağa başlamışdır.

Kredit məhsulları arasında avtomobil kreditləri və biznes kreditləri, əsasən, sığorta bazarının aktivləşdirilməsinə təkan vermişdir. Avtomobil kreditləri əsas şərtlərdən biri olsa da, borcalan tərəfindən borc almış avtomobilin sahibi, avtomobilini bankda girov qoyulması faktları diqqəti çəkən məqamlardan biridir. Yəni, borcalan kreditin məbləğini tam ödəməyə qədər avtomobil girovdan azad edilə bilməzdi. Eyni zamanda, banklar avtomobili sığortalamağa borcludurlar, yəni bu zaman bank öz risklərini daha çox təmin edir. Bankda alınmış bütün kreditlər könüllü olsa da, daha çox borcalanın ipoteka sığortası tələbi olunan "kasko" sığortası ilə məşğul olurdular. Eyni zamanda, girov qoyulan əmlakın bankların müştərilərə verdiyi biznes kreditlə eyni dövrdə sığorta bazarının canlanmasına da ciddi təkan vermişdir (Tarimo E.1997. s. 24).

Ümumiyyətlə, banklardakı sığorta əməliyyatları, əsasən, bankın maraqlarından asılıdır, yəni borcalan müqavilə şərtlərini pozarsa, girov gələcəkdə borc qalığının girov vasitəsi ilə ödənilməsi prosesində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, yəni girov müqavilənin bağlanmasından əvvəlki olan vəziyyətində olması üçün bir təminatdır. Göründüyü kimi, bank sektorunda canlanma, sığorta sektorunun canlanmasına birbaşa təsir edir.

2000-ci illərdə sığorta sektorunun inkişafında və təkmilləşdirilməsində xidmət edən amillərdən biri də 2009-cu ildə "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Qanunda ciddi dəyişikliklərin olması hadisəsidir. Bu dəyişiklik sığorta sektorunun "həyat və qeyri-həyat" portfellerinə ayrılması ilə bağlı olan dəyişiklik idi. Bu, "həyat sığortası" məhsullarını satan sığorta şirkətinin qeyri-həyat sığortası məhsullarını satmaması, qeyri-həyat sığortası məhsullarının satışını həyata keçirən sığorta şirkətinin də həyat sığortası məhsullarını satabilməməsi deməkdir. Bu qanunvericilik dəyişikliyindən sonra üç yeni həyat sığortası şirkəti lisenziya aldı və

həyat sığortası nəticəsində peşə xəstəliklərindən və istehsalatda olan problemlərdən dolayı əmək qabiliyyətini itirməsi zamanı icbari sığortası haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu məcburi həyat sığortası növü idi. Bu qanundan sonra həyat sığortası bazarında yenidən canlanma baş vermişdir.

Eyni zamanda deyilənlərə əsasən göstərmək lazımdır ki, "Nəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuiyyətinin icbari sığortası"nın dəyişməsi, habelə yeni sığorta ödənişlərinin hesablanması qaydaları, eləcə də avtomobil sığortası üzrə yığılmış sığorta haqlarının ümumi məbləği ilə əlaqədar sığorta bazarı yenidən canlanmışdır. Əvvəllər mövcud qaydalara uyğun olaraq, avtomobillər üçün sığorta haqqı 10 AZN təşkil edirdi, lakin 2011-ci ildən etibarən sığorta haqqı 50 AZN-dan başlayır və avtomobillərin mühərrik ölçüsünə görə dəyişir. Bu, sığortalıya nə qədər çox sığorta haqqı verdiyini nəzərə alınarsa, qəza baş verdiyi zaman bir o qədər çox sığorta haqqı alınması üçün maraq doğurur. Beləliklə, hazırda nəqliyyat vasitələrinin sürücüləri bu sığorta növü ilə ödənilən sığorta mükafatının kəskin fərqliliyinə görə hadisə baş verdikdən dərhal sığorta şirkətinə müraciət edirlər. Əvvəllər mövcud qaydalara görə, sığorta mükafatı simvolik (10 manat) idi, lakin eyni zamanda sürücülərin məhsulun şərtləri haqqında az məlumatı olması, sürücülərdən çoxunun digər tərəfə verdiyi zərərin sığorta şirkəti tərəfindən ödənilməsinin mümkünlüyü haqqında az məlumata sahibdirlər. Sürücülərin böyük əksəriyyəti qeyd edir ki, bu növ sığorta şəhadətnaməsi yalnız nəqliyyat vasitəsi Yol Polisi tərəfindən saxlanıldıqda onlara təqdim etmək üçün istifadə edilir. Bu, sığorta şərtlərinin və sığorta haqqında kifayət qədər məlumat bilməməsi ilə əlaqədar idi.

Aşağıdakı cədvəl 2.2-dən də göründüyü kimi, 2010-cu ilin sonuna qədər Azərbaycanda sığorta bazarının həcmi ümumi olaraq 200.000.000 AZN həcmində idi, bu rəqəm sonrakı dövrlərdə həyat sığortası bazarının inkişaf etməsi və qeyd olunan "Nəqliyyat vasitəsi sürücülərinin məsuliyyətinin icbari sığortası" haqqında sığortanın sadəcə 3 il sonrakı dövrdə təqribən, 2 dəfə artaraq 405.000.000 AZN həcminə çatmışdır və 2017-ci ildə isə bu rəqəm 556,866,578 milyon manat həcminə olmuşdur.

Cədvəl 2.2: Azərbaycanca müvafiq illər üzrə sığorta bazarının həcmi

İllər	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Həyat sığortası (mln. manatla)	23,0	36,8	68,7	105,0	116,5	146,5	211,0
Qeyri-həyat sığortası (mln. manatla)	190,0	305,7	337,0	324,2	326,4	339,2	345,8
Cəmi: (mln. manatla)	213,0	342,5	405,7	429,2	442,9	485,7	556,8

Mənbə: <http://marja.az/news/3911>

Sığorta bazarına təsir göstərən amillərdən biri, Mərkəzi Bankın 2014-cü ilin əvvəlində kommersion banklarında nəqliyyat vasitələrinin kredit şərtlərini nəzərə almaq qərarına gəlməsi olmuşdur. Bu qərardan əvvəl, əgər banklar avtomobilin ilk kreditləşməsində maşının dəyərinin 10-15% -i miqdarında ödəniş etməlidirlərsə, bu qərarla ilk ödəniş yeni avtomobillər üçün 50% və istifadə olunan avtomobil üçün 70-80% həcmində müəyyənləşdirilmişdir. Bu qərarla da, əgər bankın müştəriləri əvvəllər avtomobil kreditini çox asan şəkildə ala bilirdilərsə, bu qərardan sonra avtomobil kreditini daha ciddi və məsuliyyətli olan müştərilər əldə edə bilirlər. Bu, avtomobil kreditlərinin kəskin azalmasına gətirib çıxardı və nəqliyyat vasitəsinin könüllü sığortası banklar tərəfindən əhəmiyyətli dərəcədə azalmasına səbəb olmuşdur.

Hadisədən təxminən bir il sonra 2015-ci ilin fevralında baş verən Azərbaycan manatının devalvasiyası banklara verilmiş kreditlərə avtomatik olaraq təsir etmişdir. Xüsusilə, müəyyən istehlak kreditlərinə aid olan xarici valyutayla verən banklarda kreditlərin qaytarılmasında əhəmiyyətli gecikmə müşahidə olunmuşdur və banklar bütün istiqamətlərdə borc vermə vasitəsinə azaltdılar. Eyni zamanda kreditlərin azaldılması, yüksək ödəniş qabiliyyəti olan müştərilərin sayı bir qədər azaldığına bağlı olmuşdur. Nəticədə, banklarda müxtəlif növ sığorta növləri, xüsusilə ipoteka, istehlakçı, kommersion və digər kredit növləri olan şəxslərin həyat sığortası kəskin şəkildə azaldılmışdır.

Eyni ilin dekabr ayında Azərbaycan manatının devalvasiyası vəziyyəti

sığorta bazarında bir qədər pisləşdirmiş və bu da öz növbəsində banklar və sığorta şirkətləri arasında tərəfdaşlıq münasibətlərinə bir daha mənfəət təsir göstərmişdir. Ötən il sığorta bazarında ümumi həcm əvvəlki illərlə müqayisədə bir qədər artmışdır, baxmayaraq ki, bazarın potensialı tam funksionaldır.

Eyni zamanda gösdərmək lazımdır ki, Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin 800 min nəfəri əhatə edən problemlə kreditlərlə bağlı 28 fevral 2019-cu il fərmanı ilə bu məqsəd üçün 700 milyon manat vəsait ayrılmış və bu da öz növbəsində bankların həmçinin sığorta bazarının inkişafına böyük təkan vermişdir. Problemlə kreditləri həll etmək üçün ən vacib məsələlər isə aşağıdakılardır:

- 1) güzəştlər yalnız fiziki şəxslər üçündür;
- 2) güzəştlər 10,000 ABŞ dolları məbləğində kredit borclarına aiddir;
- 3) güzəştlər təkcə 21 fevral və 21 dekabr 2015-ci il tarixləri arasında devalvasiya zamanı atran məbləğlərlə bağlıdır;
- 4) 10,000 ABŞ dolları məbləğində olan kreditlər üzrə hesablanmış faiz xərcləri silinir;
- 5) 1 yanvar 2012 və 21 fevral 2015-ci il tarixləri arasında hər bir dollar kredit borcu üçün dövlət büdcəsindən 25 qəpik;
- 6) 21 fevral - 21 dekabr 2015-ci il tarixləri arasında hər bir ABŞ dolları məbləği üçün dövlət büdcəsindən 60 qəpik ödənilir;
- 7) bu proqramın dövlət büdcəsi hesabına ödənilməsi, əgər ödəmə müddəti 360 gündən artıqdırsa banklara, onun müddəti bitməmişsə, birbaşa vətəndaşa ödənilir;

İcbari sığorta satışı üçün tənzimləyici tərəfindən həyata keçiriləcək mühüm işlərdən biri kimi daha praktik və rəşional nəzarət mexanizmlərindən istifadə etmək məqsədə uyğun görülür. Məsələn, 2015-ci ildə Bakıda təşkil edilən Beynəlxalq Sığorta Forumunda tənzimləyicisi (requlyatoru) tərəfindən göstərilən bir fakt mülkün icbari sığortası potensialının 25%-i, icbari sığorta satışında nəzarət mexanizmləri qurulmadığını göstərir .

Regulyator həmçinin bazarın inkişafı istiqamətində ciddi addımlar atmalıdır. Məsələn, sığortaçılıq sektorunda qalıcı olaraq ictimaiyyətdə maarifləndirmə təmin etmək və nizamlı olaraq sığorta xidmətləri haqqında davamlı məlumat təmin etmək üçün televiziya kanallarından birində "sığorta şüuru" üzərinə bir program təşkil edilməsi tövsiyə edilir. Həmçinin, Milli Məclisə müxtəlif zəruri icbari sığortaya dair məlumatların hazırlanması və təqdimi sığorta bazarının gələcək inkişafı üçün stimula ola bilər.

Eyni zamanda, sığorta sektorunun əsas iştirakçıları olan həyat və qeyri-həyat sığorta fəaliyyəti olan təşkilatlar bazarın inkişafı üçün ciddi şəkildə səfərbər edilməlidir. Satışların artması və sığorta şirkətlərinin sığorta şirkətlərinin alıcılarının maraqlarına uyğun gəlməsi səbəbindən yeni müştəriləri cəlb etməlidir. Sığorta şirkətləri bunu etmədikdə, bəzi digər qurumlar bunu sığorta sektoru üçün etməyə cəhd edə bilərlər.

Bu, 50.000 - 100.000 qiymətinə sahib vasitə sahiblərinin və ya 300.000 ilə 500.000 manat arasında mal olan mülk sahiblərinin sığorta ödənişlərini ödəmək üçün pullarının olmadığı mənasını verməz, əslində, bu kəslərin böyük əksəriyyətinin sığorta məhsulları və sığorta şirkətləri haqqında ehtiyac duyduqları məlumatları bilmədikləri mənasını verir. Eyni zamanda, müxtəlif növ sığorta növlərinin aşağı satış potensialı bu məhsulların insanlara çatdırılmadığını və məlumatların çox zəif olduğunu göstərir.

Bir daha sığorta şirkətləri öz fəaliyyətlərini maarifləndirmə istiqamətində genişləndirməlidirlər və bu istiqamətdə daim fəaliyyətlərini aktivləşdirməlidirlər. Aşağıdakı cədvəl 2.3-dən məlum olur ki 2018-ci il ərzində ölkəmizdə fəaliyyət göstərən 21 sığorta şirkəti tərəfindən təqribən 728.0 mln. manata yaxın sığorta haqları toplanmışdır, bundan başqa sığorta şirkətləri tərəfindən 240.3 mln. manat həcmində sığorta ödənişləri gerçəkləşdirilmişdir. Könüllü sığorta bazarı üzrə haqlar 536.2 mln. manat, ödənişlər isə 172.5 mln. manat təşkil etmişdir. İcbari sığorta bazarlarında isə toplanan haqlar 191.8 mln. manat, ödənişlər isə 67.8 mln. manat olduğunu görmüş olarıq. 2018-ci il ərzində sığorta sektoru üzrə məcmu sığorta haqlarının bölgüsünə nəzər yetirildikdə 73.7%-i könüllü, 26.3%-i isə icbari

sığorta növləri üzrə bölündüyü görülür. Sığorta ödənişlərinə gəldikdə isə 71.8%-i könüllü olduğu, 28.2%-i isə icbari sığorta növləri əsasında formalaşdığı ortaya çıxır. 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları müddətində hər bir sığorta şirkətləri və onun hər bir sinifləri üzrə hesablanmış mövcud sığorta haqlarına və ödənişlərə dair əhatəli məlumatlar aşağıdakı cədvəldə gösdərilmişdir.

Cədvəl 2.3: 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları ərzində Azərbaycan sığorta şirkətlərinin sinifləri üzrə hesablanmış sığorta haqları və ödənişlərə dair məlumat (min manat)

Sığorta sinifləri	Sığorta haqları	Sığorta ödənişləri
Könüllü sığortalar üzrə - cəmi:	536,147.0	172,564.8
<i>o cümlədən:</i>		
Həyat sığortası üzrə	305,700.4	94,978.9
Qeyri-həyat sığortası üzrə	230,446.6	77,585.9
Şəxsi sığorta	94,115.3	60,556.9
Əmlak sığortası	136,331.3	17,029.0
Mülki məsuliyyətin sığortası	22,375.1	1,954.6
Kredit sığortası	1,860.1	0.0
Qarışıq maliyyə risklərinin sığortası	0.6	0.0
İcbari sığortalar üzrə - cəmi:	191,807.1	67,768.7
<i>o cümlədən:</i>		
Həyat sığortası üzrə	35,292.5	3,136.1
Qeyri-həyat sığortası üzrə, o cümlədən	156,514.6	64,632.6
YEKUN	727,954.1	240,333.5

Mənbə: <https://www.fimsa.az/az/2018%20sinifler>

Azərbaycanın sığorta sektorunun müasir durumunu araşdırarkən diqqət çəkən ən əhəmiyyətli məsələlərdən biri isə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən 21 sığorta şirkətinin yığımlarıdır.

Aşağıdakı cədvəl 2.4-də ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin hər biri üzrə 2019-cu il yanvar ayında olan yığımları və ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisəsi edilərək dəyişmə faizi göstərilmişdir. Cədvələ əsasən ölkəmizdə sığorta haqlarının yığımında ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə bu il ən böyük müsbət yöndə dəyişiklik, “Amrahsığorta” ASC-də qeydə alınmışdır 705%. Ümumilikdə 21 sığorta şirkətindən 13-də artım, 8 də isə azalma müşahidə

olunmuşdur. Sığorta haqlarının yığılmasına görə ilk yerdə isə “PAŞA Sığorta”dır (www.banker.az).

Cədvəl 2.4: 2019-cu ilin yanvar ayı üzrə sığorta şirkətkərinin sığorta haqları (min manatla) yığımları və ötən illə müqayisəsi

Nö	Sığortaçının adı	2019, yanvar	2018, yanvar	Dəyişmə
1	Amrah Sığorta	38.11	4.73	705.0%
2	Xalq Sığorta	2,028.04	543.07	273.4%
3	Azərsığorta	1,667.39	462.01	260.9%
4	RəvanSığorta	180.65	77.03	134.5%
5	Azərbaycan Sənaye Sığorta	419.78	181.98	130.7%
6	Atəşgah Sığorta Şirkəti	6,031.85	2,911.92	107.1%
7	AtaSığorta	1,997.33	1,398.92	42.8%
8	BakıSığorta	60.37	52.07	15.9%
9	PAŞA Sığorta	46,420.09	41,233.75	12.6%
10	Qala Sığorta	2,793.30	2,507.40	11.4%
11	Meqa Sığorta	2,481.05	2,234.66	11.0%
12	Naxçıvan sığorta	9.76	9.14	6.8%
13	İpəkYoluSığorta ASC	6,720.62	6,507.18	3.3%
14	Standard Insurance	590.42	605.21	-2.4%
15	AZSİĞORTA	1,096.22	1,244.54	-11.9%
16	A-Qroup Sığorta Şirkəti	823.37	1,068.50	-22.9%
17	Atəşgah Həyat Sığorta Şirkəti	2,323.43	3,038.96	-23.5%
18	PAŞA HəyatSığorta	10,875.65	14,475.67	-24.9%
19	Qala Həyat Sığorta Şirkəti	583.78	954.93	-38.9%
20	GünaySığorta	203.64	427.99	-52.4%
21	AXA MBASK SığortaŞirkəti	849.71	2,820.40	-69.9%

Mənbə: <https://banker.az/sigorta-haqlarinin-yigilmasi-dinamikasi-renking/>

Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin müasir durumunu dəyərləndirərkən onların mövcud nizamnamə kapitalı da nəzərə alınmalıdır. Aşağıdakı cədvəl 2.5-də isə 2018-ci ilin 2-ci rübü üçün sığorta şirkətlərinin nizamnamə kapitalı üzrə cədvəl verilmişdir. Ən böyük nizamnamə kapitalına malik olan şirkət 50 mln manat məbləğlə “Paşa Sığorta”-dır. 46,2 milyon manatlıq kapitalla «Xalq Sığorta» isə 2-

ci yeri tutur. Ən kiçik nizamnamə kapitalı isə 5 mln manat məbləğlə “Əmrah Sığorta” ya məxsusdur.

Cədvəl 2.5: 2018-ci ilin 2-ci rübü üçün sığorta şirkətlərinin nizamnamə kapitalı

Sığorta şirkətləri	Nizamnamə kapitalı (manat)
“QalaSığorta”	8 050 000
“MeqaSığorta”	14 500 000
“İpəkYoluSığorta”	14 770 000
“XalqSığorta”	46 187 500
“Standart Insurance”	11 000 000
“AtaSığorta”	12 400 000
“QalaHəyat” Sığorta	12 870 000
“Paşa Sığorta”	50 000 000
“AXA MBASK”	23 933 828
“GünaySığorta”	7 700 000
“AzSığorta”	20 300 000
“Azərsığorta”DSKŞ	9 000 000
“RəvanSığorta”	8 900 071
“ƏmrahSığorta”	5 000 000
“SənayeSığorta”	11 000 000
“PaşaHəyat” Sığorta	40 250 000
“A - Group Sığorta”	10 005 250
“AtəşgahHəyat”	6 500 000
“AtəşgahSığorta”	5 008 500

Mənbə: <https://fed.az/az/news/read/47220>

Sığorta şirkətlərinin kapital yığımları həm biznes, həm də qanuni tələblərə cavab verən səviyyədə olmalıdır. Bunun üçün risklər yaxşı təhlil edilməli və yaxşı idarə edilməlidir. Bunun üçün isə, şirkətin kreditlərini təhdid edən problemin dərəcəsini müəyyən etmək, bu təhlükələr yarandıqda, şirkətin aktivləri və biznes fəaliyyətinə necə təsir ediləcəyi, təhlükələrin həyata keçirilməsinin qarşısını almaq üçün son mərhələdə tədbirlər görülür.

2.2. Azərbaycanda sığorta şirkətləri arasındakı rəqabətin müqayisəsi

Sığorta məhsulları mahiyyətinə görə mürəkkəb quruluşa malik olduqları üçün sığorta şirkətləri arasındakı rəqabət dərəcəsini məhdudlaşdırır. Sözügedən mürəkkəbliyə fərdi və korporativ sığorta müştərilərinin tələblərinə, hansı sığorta məhsulu əldə etmək prinsiplərinə, sığortaçının nüfuzuna və zərərləri ödəmək qabiliyyətinə aid bir çox məsələlərdə təsir göstərir. Bu mürəkkəbliyi aydınlaşdırmaq, sığorta müştərilərinə sığortanı izah etmək və satmaq vəzifəsi isə məhz sığorta şirkətlərinin öhdəliyində aiddir. Sığorta şirkətləri arasındakı rəqabətin əsas ünsürlərindən biri isə sığorta vasitəçiləridir. Sığorta vasitəçiləri müştərilərə uyğun sığorta şirkətlərindən ən uyğun alacağı məhsulları müəyyənləşdirməyə kömək edir. Əlbəttə ki, bu funksiyalar sığorta bazarında rəqabəti artırır (Абрамов В. Ю. 2007, с. 512).

Sığorta bazarında rəqabətin iki ölçüsü vardır: şirkətlər arasındakı rəqabət və vasitəçilər arasında rəqabət. Sığorta şirkətləri arasında rəqabət daha çox rastlanan rəqabət növüdür və tədqiqatda daha çoxdur, sığorta vasitəçiləri arasında rəqabət isə daha az müşahidə edilən rəqabət növüdür. Ümumiyyətlə, sayları vasitəçilərlə müqayisədə çox olan sığorta şirkətləri sarsıdıcı şəraitdə rəqabət aparır və mikroiqtsadi cəhətdən rəqiblərin sayı ilə əlaqədar olaraq rəqabət artımının güclü nəzəri əsaslarına malikdirlər.

Vurğulamaq lazımdır ki, Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin xidmətləri dünyanın bir çox inkişaf etmiş ölkələrinin iqtisadiyyatında ən vacib sektorlar sırasındadır və ölkə iqtisadiyyatında böyük paya sahib olan və dəyər yaradan sahələrdən biridir. Sığorta sahəsi bir xidmət sferası olmaqla, əhalinin daimi olaraq baş verəcək qəzalardan və uğursuz hadisələrdən yarana biləcək itkilərdən, zərərlərdən qoruyur. Dünyadakı bir sıra inkişaf etmiş ölkələrdə insanlar başqa toplumlardan fərqli olaraq, baş verəbiləcək zərərlərin olaması ehtimalını başa düşərək sığortaya məcburi deyil könüllü olaraq müraciət edirlər. Dünyanın ən aparıcı ölkələrindən olan sığorta sahəsi üzrə ekspertlər sığorta şirkətlərinin inkişafını, onların rəqabət mühitinin formalaşmasını və ya konkret olaraq hər hansı bir ölkənin sığorta bazarının həcmində həmin ölkənin ÜDM-sində yer alan payını

faiz nisbət ilə hansı miqdarda az və ya çox olmasının həmin ölkənin sığorta bazarının inkişafı ilə, bundan başqa ölkədə yaşayan cəmiyyət üzvlərinin sığortaya olan münasibəti ilə birbaşa əlaqələndirirlər. Trend-in məlumatına görə, Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasının icraçı direktoru İbrahim Alışov "Azərbaycanda sığorta: Yeni perspektivlər" adlı konfransda çıxışı zamanı qeyd etmişdir ki, “ Əsas məqsəd qeyri-neft ÜDM-ində sığorta yığımlarının payını 8%-ə çatdırmaqdır. Hazırda (20 iyun 2018) bu pay cəmi 0,8 faiz təşkil edir. Bizim strateji məqsədimiz bu göstəricini 8 faizədək artırmaqdır. Həmçinin 2018-ci ilin sonunadək sığorta yığımlarının xüsusi çəkisini 1,4 faizə çatdırmaq niyyətindəyik”.

Azərbaycan Respublikasında hazırda iyirmidən çox sığorta şirkəti fəaliyyət göstərir. Bu sığorta şirkətlərini təhlil edərkən bəzi göstəricilərinə görə bir birindən fərqləndiyini görmək olar. Bu göstəricilər aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

Cədvəl 2.6: Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin işçi sayı və əməkdaş sayı

Nö	Şirkətlər	Ümumi işçi sayı	Bakı	Regionlar
1	“A-Qroup Sığorta”	61	57	4
2	“Alfa Sığorta”	70	61	9
3	“Amrah Sığorta”	16	16	0
4	“ATA Sığorta”	119	106	13
5	“Atəşgah Sığorta”	-	-	-
6	“Atəşgah Həyat Sığorta”	-	-	-
7	“AXA Mbask”	95	82	13
8	“Azərsığorta”	559	65	494
9	“Azərbaycan Sənaye Sığorta”	132	92	40
10	“Azərqarant Sığorta”	11	11	0
11	“AzSığorta”	336	164	172
12	“Bakı Sığorta”	72	72	0
13	“Başak İnam Sığorta”	64	59	5
14	“Beynəlxalq Sığorta”	125	120	5
15	“Buta Sığorta”	108	101	7
16	“Çartis Azərbaycan”	-	-	-
17	“Era Trans Sığorta”	23	17	6
18	“Günay Sığorta”	19	19	0
19	“İpək Yolu Sığorta”	21	14	7
20	“Meqa Sığorta”	83	72	11
21	“Qala Həyat Sığorta”	69	69	0
22	“Qarant Sığorta”	102	92	10
23	“PAŞA Sığorta”	110	108	2
24	“PAŞA Həyat Sığorta”	112	110	2
25	“Rəvan Sığorta”	31	31	0
26	“Standard Insurance”	113	89	24
27	“Xalq Sığorta”	-	-	-

Mənbə: <https://atasigorta.az/az/azerbaycanin-en-boyuk-sigorta-sirketleri->

Cədvəl 2.6 incələndiyi zaman əməkdaşlarının sayına görə Azərbaycan Respublikasının ən böyük sığorta şirkətləri "Azərsığorta" Dövlət Şirkəti və "Azsığorta" ASC olduğunu görmək olar. Cədvələ görə, bu sığorta şirkətləri əməkdaşlarının sayına görə, digər sığorta şirkətləri ilə müqayisədə xeyli öndədir. Belə ki, dövlətə məxsus olan "Azərsığorta" şirkətinin 559 işçisi, "Azsığorta"-nın isə 336 əməkdaşı var. Müqayisə zamanı görmək olar ki, sığorta şirkətlərində çalışan işçi sayına görə növbəti yeri tutan "Azərbaycan Sənaye Sığorta" şirkətinin işçilərinin sayı isə 132-dir. İşçi sayına görə sonrakı yerləri "Beynəlxalq Sığorta Şirkəti" (125), "Atasığorta" (119) və "Standard Insurance" (113) tutur (www.atasigorta.az).

Sığorta şirkətlərinin regionlardakı əməkdaşlarının sayına görə də "Azərsığorta" və "Azsığorta" liderlik edir. Yeri gəlmişkən "Azərsığorta"-nın 559 əməkdaşından 494-ü və ya 90%-i regionlardadır. "Azsığorta"-da çalışan əməkdaşlarının yarısından çoxu yəni - 172-si isə bölgələrdə çalışır.

Sığorta sektorunda rəqabət maliyyə ehtiyatlarının təkmilləşməsini və inkişafını təmin edir. Maliyyə inkişafı iqtisadiyyatda resursların düzgün şəkildə bölüşdürülməsinə imkan verir və kapital yığımını artırır. Kapital yığımını əldə edən sığorta şirkətlərinin mənbələri müxtəlif sahələrə sərmayə yatırır. Onlar ümumi sərvətdə əmanətlərin payını artırır və iqtisadi inkişafı təmin edirlər. Bu da iqtisadiyyatın əsas göstəricilərindən olan kreditin mühüm elementidir. Bundan əlavə, sığorta şirkətləri tədqiqat və inkişaf fəaliyyətləri nəticəsində müvafiq risk səviyyəsində effektiv şəkildə ölkələrinin sərvətlərinin inkişafında iştirak edirlər. Sosial təminat sisteminin yükünü azaldır və vergi gəlirlərini artırırlar. İqtisadiyyatın əsas problemlərindən sayılan işsizliyi azaldır. Maliyyə mənfəətini təmin edir, vətəndaşlara qarşı güvənəli həyat təminatı verərək kapital yığımına yardım edir və qənaəti artırır. Bu baxımdan ölkəmizdə hal-hazırda fəaliyyətdə olan sığorta bazarındakı şirkətlər bazar iqtisadiyyatı mühitində rəqabət prinsiplərinə uyğun olaraq sığorta gəlirlərinə görə müqayisə edərəkən müxtəlif məqamlar ortaya çıxmış olur. Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin gəlirləri göstərilmişdir (www.banco.az)

Cədvəl 2.7: Gəlirinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi (2017)

Sığortaçının adı	Sığorta haqları (AZN)
“Paşa Həyat Sığorta”	152 757 723,26
“Paşa Sığorta”	107 569 005,23
Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	40 444 876,00
“Atəşgah” Sığorta	39 125 941,47
“Atəşgah Həyat” Sığorta	38 369 909,56
“AzSığorta”	25 317 135,81
“AXA MBASK” Sığorta	22 285 599,84
“Qala Həyat” Sığorta	19 893 537,72
“İPƏK YOLU SİĞORTA”	17 682 489,47
“Mega Sığorta”	16 854 267,59
“AtaSığorta”	13 715 792,88
“A-Qroup Sığorta Şirkəti”	12 689 677,02
“Standard Insurance” Sığorta	12 594 880,12
“Qala Sığorta”	10 911 344,31

Mənbə: <http://banco.az/az/news/gelirine-gore-sigorta-sirketlerinin-reytingi>

Cədvəldən də görüldüyü kimi əgər gəlir reytinginə görə sığorta şirkətləri müqayisə edilərsə ən çox gəlirə sahib olan və siyahıda lider olan “Paşa Həyat Sığorta”dır və gəliri 152 757 723,26 AZN təşkil etmişdir. 107 569 005,23 AZN gəlirlə “Paşa Sığorta”, 40 444 876,00 AZN gəlirlə Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti isə siyahıda ikinci və üçünü yeri tutmuşdur. Ümumiyyətlə sığorta gəlirlərinin yüksək olması rəqabət baxımından hər bir sığorta şirkətini motivasiya edərək daha da bu rəqabəti gücləndirməsinə təkan verir. Buna görə də Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri özlərinin sığorta gəlirlərini artırmaq üçün bir biri ilə rəqabət halındadırlar (www.banco.az).

Bilindiyi kimi, iqtisadiyyatda rəqabət şəraitində şirkətlərin hər birinin sahib olduğu aktivlər çox mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ümumiyyətlə istər dünyada inkişaf etmiş ölkələrin istərsə də ki inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatlarında şirkətlərin sahib olduğu aktivlərin həcmi rəqabət üçün əsas göstəricilərdən biridir. Qeyd etmək lazımdır ki, aktivlər (assets) – mühasibat termini olub geniş mənada müəssisənin sahib olduğu bütün maddi varlıqları əhatə edir. Hər bir müəssisənin gücünü onun aktivlərinin həcmindən müəyyən etmək mümkündür. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasında 2017-ci ilin yekun audit

hesabatına görə sığorta şirkətlərinin aktivlərinin həcminə görə ardıcılığı aşağıda göstərilən cədvəldəki kimidir.

Cədvəl 2.8: Aktivlərinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi (2017)

Sığortaçının adı	Aktivlər (AZN)
“Paşa Həyat Sığorta”	218.230.000
“Paşa Sığorta”	153.036.421
“Azsığorta”	61.009.719
“Atəşgah Həyat” Sığorta	55.791.639
“Xalq Sığorta”	52.915.237
“Atəşgah” Sığorta	42.983.304
“Qala Həyat” Sığorta	38.944.889
“İpək Yolu Sığorta”	36.756.256
“Meqa Sığorta”	35.520.980
“AXA MBASK” Sığorta	33.770.499
“AtaSığorta”	29.700.931
AR Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	25.545.168
“Azərbaycan Sənaye Sığorta”	22.287.836
“Standard Insurance”	15.326.000
“Qala Sığorta”	15.050.038
“Günay Sığorta”	14.348.838
“Rəvan Sığorta”	14.229.154
“Bakı Sığorta”	10.728.127
“Amrah Sığorta”	6.734.928

Mənbə: <https://banco.az/az/news/aktivlerine-gore-sigorta-sirketlerinin-reytingi-2017>

Yuxarıdakı cədvəl 2.8-in göstəriciləri müqayisə edildikdə ən çox aktivə sahib olan sığorta şirkətlərindən ilk üçü “Paşa Həyat Sığorta”, “Paşa Sığorta”, “Azsığorta”-dır. Sığorta şirkətləri aktivlərin artırılması strategiyasından istifadə edərək bazar iqtisadiyyatında böyük həcmdə paya və digər əhəmiyyətli üstünlüklərə (məsələn, cəmiyyətdə daha çox güvən qazanmaq), bundan əlavə sığorta xərcləri üzərində ciddi nəzarət sistemi quraraq gəlirlərin artırılmasına yönəlmək, xərcləri azaltmaq imkanından istifadə (məsələn reklam, servis, tədqiqat xərclərinin azaldılması) sahib olur. Demək olar ki, hər bir ölkədə minlərlə müstəqil sığorta agentliyi və nisbətən az sayda broker müştəri məmnuniyyəti anlayışı ilə sığorta məhsulları və xidmətləri təklif edir. Sığorta şirkətlərinin sayı konsentrasiyası sayəsində gündən-günə azalır və onların miqyası artırsa da,

çoxsaylı aktivi az olan şirkətlərin bazar məhdudiyyətlərinin zəif olduğunu göstərir. Bununla yanaşı, aktivlərinin həcmi artdıqca sığorta bazarlarındakı şirkətlərin rəqabət həcmi dayanmadan artır.

Sığorta şirkətləri sığortaçıları zərərə uğradıqları zaman dəymiş zərərin maddi olaraq təmin edilməsi üçün sığorta olunan fiziki və ya hüquqi şəxslərə dəymiş zərəərə uyğun olaraq ödənişlər edir. Bu ödənişləri daha dəqiq, zamanında və zərəərə uyğun şəkildə edən sığorta şirkətləri cəmiyyətdə inam qazanaraq rəqabətdə digər şirkətlərdən önə keçir. Bilindiyi kimi sığorta şirkətlərinin rəqabətində cəmiyyətin inamını qazanmaq vacib əlamətlərdən biridir. Ümumiyyətlə 2017-ci il göstəricilərinə diqqət yetirdikdə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən ümumi 21 sığorta şirkəti tərəfindən gerçəkləşdirilmiş ödənişlərin həcmi 257,109,597 manat təşkil etmişdir. Aşağıdakı cədvəl 2.9-da isə 2017-ci ildə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərindən ödənişlərin həcmi üzrə ilk 10 şirkətin siyahısı verilmişdir (www.banco.az)

Cədvəl 2.9: Azərbaycanda ödənişlərinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi (2017)

Sığortaçının adı	Sığorta ödənişləri (AZN)
“Paşa Həyat Sığorta”	58 004 591,98
“Atəşgah Həyat” Sığorta	55 046 153,06
“Paşa Sığorta	43 439 060,83
“Qala Həyat” Sığorta	17 582 577,22
“Atəşgah” Sığorta	15 794 315,91
AR Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	12 370 915,00
“AXA MBASK” Sığorta	12 333 516,54
“AzSığorta”	9 112 596,39
“A-Qroup Sığorta Şirkəti”	8 098 874,04
“Standard Insurance”	5 555 676,59

Mənbə: <https://banco.az/az/news/odenislerine-gore-sigorta-sirketlerinin-reytingi>

Qeyd edək ki, Azərbaycanda fəaliyyətdə olan sığorta şirkətlərinin gəlirləri və xərcləri ilə yanaşı onların xalis mənfəəti də sığorta şirkətlərinin rəqabətinə təsir göstərir. Mənfəət yüksəldikcə sığorta şirkətləri motivasiya olur və fəaliyyətlərini daha da səmərəli şəkildə təşkil edərək rəqabətə davamlılıq prinsiplərinə uyğun

şəkildə qururlar. Mənfəətin çox olması sığorta bazarında hər bir şirkətin rəqabət strategiyasını formalaşdırmağa təkan verir. Aşağıda göstərilən cədvəldə 2017-ci ildə Azərbaycan Respublikasında olan sığorta şirkətlərinin xalis mənfəət həcmi göstərilmişdir.

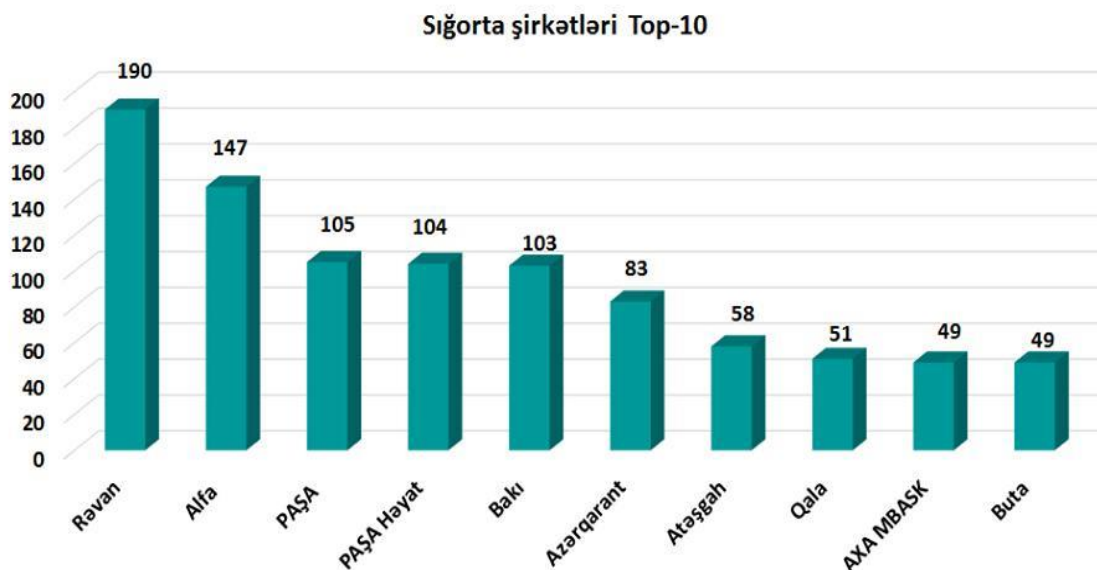
Cədvəl 2.10: Azərbaycanda mənfəətinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi (2017)

Sığorta Şirkətləri	Xalis Mənfəət
Paşa Sığorta	19.386.918
Paşa Həyat Sığorta	17.766.381
Meqa Sığorta	6.107.814
İpək Yolu Sığorta	3.044.145
A-Group Sığorta Şirkəti	2.866.983
Atəşgah Həyat Sığorta	2.799.273
Qala Həyat Sığorta	2.589.472
Azərbaycan Sənaye Sığorta	1.734.932
Amrah sığorta	1.726.383
Ata Sığorta	1.278.245
AXA MBASK	403.705
Atəşgah Sığorta	356.724
Rəvan Sığorta	279.364
Bakı Sığorta	237.271
Günay Sığorta	104.168
Standard Insurance	-5.774.769

Mənbə: <https://banco.az/az/news/menfeetine-gore-sigorta-sirketlerinin-reytingi>

Hazırda dünyada kommunikasiya, inkişaf etməkdə olan texnologiya və internetdən istifadə sahəsinin geniş kütlələrə yayılması ilə daha güclü və vacib bir forma almışdır. Bütün dünyanı barmaqların ucuna gətirən sosial media orqanları vasitəsilə internet saytlarına məlumat əlavə edə bilər, xəbərləri, məqalələri, şəkilləri, fotosəkilləri paylaşa bilər, hər hansı bir sahədə bir sayta şərh yazsa bilər, tənqidlər çatdırmaq olar. Sosial mediya insanlara hər şeyi izləmək və hər şeydən xəbərdar olmaq imkanı verir.

Diaqram 2.1. Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin mediya reytingi (2016)



Mənbə: <http://fins.az/sigorta/903689/sigorta-sirketlerinin-reytingi-achiqlandi-top-10.html>

Diaqram 1-də MC&S-in media monitoring qrupu 2016-cı il iyul ayı mediada ən çox adı hallanan sığorta şirkətlərinin hesabatını göstərmişdir. Verilən göstəricilərə əsasən, sığorta şirkətləri arasında “Rəvan Sığorta” adı mediada ən çox hallanan sığorta şirkəti olmuşdur. Bu şirkətlə bağlı olaraq mediada 190 məlumat dərc olunmuşdur. Müqayisə edildikdə sonrakı yerləri isə “Alfa Sığorta” və “Paşa Sığorta” tutmuşdur.

Vurğulamaq lazımdır ki, “Sığorta fəaliyyəti haqqında” mövcud olan Azərbaycan Respublikası qanununda, sığorta şirkətlərinin fəaliyyət göstərdiyi sığorta bazarlarına nəzarət öhdəliyini daşıyan Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatası sığorta bazarında şirkətlər arasındakı rəqabətə əsaslanaraq bu bazarı inkişaf etdirmək kimi məsul vəzifəni həyata keçirir. Nəticədə, bu istiqamətdə gerçəkləşdiriləcək olan taktiki və stratejik tədbirlər əsasında sığorta bazarlarını inkişaf etdirmək üçün birinci növbədə Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatası məsuliyyətlidir. Bundan əlavə Nəzarət Palatası tərəfindən sığorta şirkətlərinin inkişafı istiqamətində bəzi stratejik addımlar atılmalıdır. Məsələn, daimi olaraq əhəlinin sığorta şirkətləri haqqında kütləvi şəkildə maarifləndirilməsi üçün televiziya və ya radio kanallarında sığorta şirkətləri və onların fəaliyyəti ilə bağlı proqramın yaradılması və bundan başqa sığorta xidmətləri, sığorta bazarları barədə geniş məlumatlarla əhəlinin

maarifləndirilməsi ilə bu sahədə müəyyən bilgiyə sahib olmalarını təmin etmək məqsədəuyğun hesab edilir. Çünki sığorta şirkətlərinin inkişafı və sığorta məbləğlərinin artımı birinci növbədə sığortaçıların diqqət mərkəzindədir. Sığorta şirkətləri hər ilin axırında gələcək il üçün xərclərlə bağlı büdcəsini hazırlayarkən və gələcəkdə görülməli işlərin planını hazırlayarkən, eyni zamanda sığorta şirkətləri ilə bağlı maarifləndirmə tədbirlərini gələcək planına əlavə etməsi daha məqsədəuyğun hesab edilir. Bu planların dəqiq və düzgün bir şəkildə tərtib edilərək icra edilməsi sığorta şirkətləri arasındakı rəqabəti daha da gücləndirir (Xudiyev N. N., 2013, s.91).

Sığorta sektorunda xərclərin səmərəliliyinin təmin edilməsi və rəqabət qabiliyyətini artırmaqla bazar payının artırılması kimi səbəblərə görə konsentrasiya meyli güclənir. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrdə, sığorta şirkətləri satış prosesində effektivliyi artırmaq üçün birləşirlər. Sığorta agentliklərinin müstəqil vasitəçilər içindəki sayısal üstünlüyünə baxmayaraq, brokerlərin toptancı və pərakəndə sığorta bazarlarında əhəmiyyətli üstünlüklərə malik olduğunu vurğulamaq olar. Bu tendensiya beynəlxalq sığorta bazarlarında, eləcə də milli sığorta bazarlarında da müşahidə edilir. Qeyri-neft sektoruna nəzər yetirildikdə sığorta və maliyyə bazarları sistemi bazar iqtisadiyyatının ən çox və davamlı inkişaf edən sahələrindən biridir. Strateji Yol Xəritəsi dünyadakı qlobal iqtisadiyyatda və həmçinin milli maliyyə bazarında baş verən proseslərə sürətli şəkildə adaptasiya və bundan əlavə postneft iqtisadi inkişaf modelinin dəstəklənməsi adına maliyyə sektoru qarşısında duran yeni inkişaf sahələri və potensialı diqqət mərkəzində tutularaq hazırlanmışdır. Strateji Yol Xəritəsi qısa, orta və uzunmüddətli dövrləri əhatə etməklə, 2020-ci ilədək olan dövrdə strateji baxış və tədbirlər planı, həmçinin 2025-ci ilədək olan dövr ərzində uzunmüddətli baxış və 2025-ci ildən sonrakı dövr ərzində isə hədəf baxışdan ibarətdir. Məlumdur ki, maliyyə sektorunun və xidmətlərinin inkişafı üçün 5 strateji hədəf, eyni zamanda 16 prioritet hazırlanmışdır. Diqqət etmək lazımdır ki, maliyyə xidmətlərinin təkmilləşdirilməsinə dair tədbirlərin mühüm bir hissəsi sığorta bazarının payına düşür. Öz spesifikasiyi ilə fərqlənən sığorta sektoru azad bazar sərbəstliyinə əsaslanarsa da dövlət tənzimlənməsinə hər zaman

ehtiyac duyulmuşdur. Təcrübə göstərir ki, dünya iqtisadiyyatının inkişafının bütün tarixi dövr ərzində iqtisadi münasibətlərin mövcud bazar sistemində dövlətin tənzimləyici roluna aid bəzi məsələlər elmi-ictimai fikrin hər zaman diqqət mərkəzində olmuşdur. Bir çox aparıcı iqtisadi məktəblərin (neoklassik, keynsçi, institusional) nümayəndələri iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinə dair fikirləri, onun məqsədi, funksiyaları, forması və digər məsələlər üzrə müxtəlif fikirlər bildirmişdirlər. İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi və onun tənzimləmə vasitələri arasında optimal olan nisbət axtarılması tarixən və indi bir sözlə hərzaman davam edir (Xankişiyev B. A., 2006, s.45).

FƏSİL III. SİĞORTA ŞİRKƏTLƏRİNİN RƏQABƏTƏ DAVAMLILIQININ İNKİŞAF MEYLLƏRİ

3.1. Azərbaycanın sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi

Azərbaycan hökumətinin müasir iqtisadi inkişaf siyasəti ölkəmizin qeyri-neft sektorunun daim inkişafına yönəlmişdir. Ölkə iqtisadiyyatındakı, xüsusilə də qeyri-neft sektorunda iqtisadi artım, ölkəmizin bir tərəfdən davamlı inkişaf perspektivini yansıdır, bir tərəfdən də bu potensialı tam olaraq istifadə etmək üçün əlavə tədbirlərə ehtiyac duymaqladadır. 2019-cu ilin yanvar ayında ölkədə 5929,5 milyon manatlıq və ya əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2,9 faiz çox ümumi daxili məhsul istehsal edilmişdir. İqtisadiyyatın neft sektorunda istehsal olunmuş əlavə dəyər 3,2 faiz, qeyri-neft sektorunda isə 2,7 faiz artmışdır. Bu faizin çox olması, ölkə iqtisadiyyatının inkişafının yeni dövrünün köklü əsaslarını və istiqamətlərini müəyyən edən konseptual proqramların həyata keçirilməsi zamanı qeyri-neft sektoruna hökumətin dəstəyinin nəticəsidir.

Qeyri-neft sektorundakı xüsusi sığorta və maliyyə xidmətləri sistemi bazar iqtisadiyyatının davamlı və dinamik inkişaf edən sektorlarından biridir. Strateji Yol xəritəsi qlobal və maliyyə bazarlarının neftdən asılı olmayan sonrakı iqtisadi inkişaf modelinin çevik adaptasiyasını dəstəkləmək üçün maliyyə sektorunun hədəflədiyi yeni məqsədlər və imkanlar ilə hazırlanmışdır. Strateji Yol xəritəsi, 2020-ci ilə qədər strateji bir vizyon və fəaliyyət planı olmaqla, 2025-ci ilə qədər uzun müddətli bir dövr üçün baxış və 2025 sonrası üçün böyük sahəni əhatə edən bir hədəf görünüşündən ibarətdir. Məlum olduğu kimi, maliyyə xidmətlərinin davamlı inkişafı və təkmilləşməsi üçün 5 strateji məqsəd və 16 prioritet hazırlanmışdır (Strateji yol xəritəsi, s.26).

Birinci hədəf kimi, dinamik və sağlam müəssisələrdən ibarət maliyyə sisteminin yaradılmasıdır. Sığorta sistemində bu hədəf, sığorta şirkətlərinin kapitallaşdırılması, sığorta aktivlərinin artırılması, sığorta bazarının yaxşılaşdırılması və yeni çağırışların həllində maliyyə bazasının gücləndirilməsi üçün tədbirləri və planları əks etdirən strateji məqsədləri çağırır.

İkinci strateji hədəf olaraq mövcud maliyyə bazarlarının inkişafı, maliyyə bazarlarında investorlar və emitentlərin fəaliyyəti ilə bağlıdır. Potensial investorlar və ixracatçılar haqqında sərmayə bazarı və məlumat asimetriyası kimi maliyyə vasitələri haqqında aşağı məlumat səviyyəsi, qiymətli kağızların iqtisadi bazar strukturunun inkişafını məhdudlaşdırır və bu da öz növbəsində iqtisadiyyatda maliyyə resurslarının səmərəsiz şəkildə paylanmasına yol açar. Sərbəst rəqabət və pul bazarının inkişafı eyni şəkildə bazar iştirakçılarna uyğun şəkildə olacaq mühitin yaradılması üçün strateji məqsədlər məhdudlaşdırıcı amillərin aradan qaldırılması üçün müəyyən edilmişdir.

Üçüncü strategiya, infrastruktur və tətbiqi mexanizmlərinin yanında kredit məlumat mübadiləsi infrastrukturunun qurulması, infrastrukturun yaxşılaşdırılması üçün kredit məlumat paylaşım sisteminin inkişaf etdirilməsi, kreditorların hüquqlarının qorunması, məhkəmə qərarlarının əsasının standartlaşdırılması və tətbiqi üçün təsirli mexanizmlərin yaradılması kimi infrastrukturların gücləndirilməsi və intizamın yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş strateji məqsədləri əhatə edir.

Dördüncü strateji məqsəd tənzimləyici və eyni zamanda buna uyğun nəzarət mexanizmini təkmilləşdirməkdir. Mövcud olan iqtisadi mühitdə maliyyə sektorunun risklərə olan həssaslığının yüksəlməsi və yeni risk sahələrinin yaranması sektorda mövcud risklərin idarə edilməsi ilə bağlı olan təcrübənin inkişaf etməsini tələb edir. Maliyyə qurumları sağlam risklərin idarə olunması proseslərini və rəqəmsal şəkildə olan transformasiyanı dəstəkləyəcək yeni bir idarə etmə və nəzarət mexanizmasının yaradılması üçün strateji məqsədləri hədəfləmişdir.

Nəhayət, beşinci məqsəd maliyyə savadlılığının artırılmasıdır. Maliyyə sistemdəki işçilərin məlumat və bacarıqlarının keyfiyyət olaraq yeni bir səviyyəyə yüksəldilməsi və maliyyə xidmətləri istehlakçılarının maliyyə savadlılığının artırılması güclü, davamlı və təsirli bir maliyyə sistemin formalaşmasına yol açar. Buna nail olmaq üçün maliyyə sisteminin təcrübəsini dərinləşdirmək və maliyyə savadlılığını artırmaq üçün strateji hədəflər müəyyən edilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, maliyyə xidmətlərinin yaxşılaşdırılması üzrə tədbirlərin əhəmiyyətli bir hissəsi sığorta bazarına daxil olur. Təkamülü ilə fərqlənən sığorta sektoru bazar azadlığına əsaslanır, lakin dövlət tənzimlənməsinə hər zaman ehtiyac vardır. Təcrübə göstərir ki, iqtisadi münasibətlərin formalaşmasında bazar sisteminin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi ilə bağlı məsələ həmişə dünya iqtisadiyyatının inkişaf tarixində elmi ictimaiyyətin diqqət mərkəzində olmuşdur. Qabaqda gələn bir çox iqtisadiyyat məktəbinin nümayəndələri (neo-klassik, təşkilati, institusional), iqtisadiyyatın əsası, məqsədi, dövlət tənzimlənməsinin şəkli və digər mövzularda fərqli görüşlər ortaya qoymuşdur. Müasir dövürdə dövlət tənzimlənməsi və iqtisadiyyatın özünü tənzimlənməsi arasında ən uyğun nisbətdə axtarış davam edir.

Dövlətin sığorta bazarlarının tənzimləyici sistemlərinin təhlili aydın şəkildə göstərir ki, maliyyə tənzimləmə vasitələrinin istifadəsi bu sistemlər əsasında istifadə olunur. Dövlətin maliyyə bazarını tənzimlənməsində əsas hədəfi cəmiyyətdə mövcud olan iqtisadi və sosial sabitliyin təmin edilməsi üçün milli sığorta bazarlarının davamlı və sağlam inkişafını təmin etməkdir.

Davamlı iqtisadi inkişaf sahəsindəki yeni islahatların əsas məqsədləri və hədəfləri, əvvəlcə milli sığorta sisteminin gücləndirilməsi və maliyyə xidmətləri Strateji Yol xəritəsi tələbləri istiqamətində inkişaf etdirilməsidir.

Sığorta bazarı segmenti bazar iqtisadiyyatının ən sürətlə və davamlı inkişaf edən sahələrindən biridir. Milli iqtisadiyyatda sığorta payı getdikcə artmaqdadır. Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasının məlumatında buna dair, 2016-cı ildə sığorta sektorundakı maliyyə dərinliyini təmsil edən sığorta haqları ÜDM-in 0,8 faizini təşkil etmişdir (www.fimsa.az).

Son zamanlar, maliyyə bazarlarının əsas komponentlərindən biri olan sığorta sektoruna maraq artmışdır. Ölkədə sığorta bazarının yoxlanılması və tənzimlənməsi sahəsində əhəmiyyətli dəyişikliklər edilmişdir. 2018-ci il üçün müvafiq dövr ərzində ölkədə fəaliyyət gösdərən 21 sığorta şirkəti tərəfindən 728.0 mln. manat məbləğində sığorta haqları toplanıb, 240.3 mln. manat məbləğində sığorta ödənişi həyata keçirilmişdir. (www.statistika.az).

Strateji Yol xəritəsində sığorta haqda məlumat verildiyi kimi, ölkəmizdəki sığorta sektorunun inkişaf səviyyəsi kifayət deyil. Kəmiyyət və keyfiyyətə inkişaf üçün belə bir səviyyənin artmasına böyük ehtiyac vardır. Ölkə başçısı İlham Əliyevin müəyyən etdiyi müasir yüksək sürətli dinamik inkişaf istiqaməti, milli iqtisadiyyatımızı davamlı inkişaf prosesilə yanaşı, yerli investisiyalardan əlavə xarici investisiyaların ölkəyə axınını da sürətləndirir. Prezidentin təşəbbüsünə əsasən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə yaradılan müsbət sosial-iqtisadi mühit, onun müsbət nəticələrini daha da artırır.

Dünyanın bir çox ölkəsində səhiyyə məcburi tibbi sığorta vasitəsilə maliyyələşdirilir. Bəzi ölkələrdə isə Sovet dövründə işləyən model - sağlamlıq xidmətləri tamamilə pulsuzdur və bütün xərclər dövlət tərəfindən tamamilə ödənilməsi prosesi vardır. Məsələn, bu Norveç, İngiltərə sistemidir. Ancaq bəzi ölkələrdə dövlət və bələdiyyə sağlamlıq sistemləri azaddır və özəl sağlamlıq xidmətləri tam ödənilir. Ən yaxşısı isə məcburi tibbi sığorta modeli, həm özəl, həm də bələdiyyə qurumları məcburi tibbi sığorta vasitəsilə maliyyələşdirilə bilər. Bu gün Azərbaycanda icbari tibbi sığortanın tətbiqində heç bir rəqabət problemi yoxdur və bu sahədə rəqabət çərçivəsi olduqca yaxşıdır.

Azərbaycanda sığorta qanunvericiliyinin yaxşılaşdırılmasının davam etməsi, sığorta şirkətləri arasındakı rəqabət üzərindəki nəzarətin yaradılması, sığorta müqaviləsinin imzalanmasından sonra sığorta sənədlərinin imzalanması və sığorta sənədlərinin imzalanmasından sonra nələrə diqqət edilməsi lazım olduğu, sığorta məzmunu və sığortalı haqq və öhdəliklərinin müəyyənləşdirilməsi bu məqsədlə təcrübə hazırlanması və sığorta sistemi daim təkmilləşdirilməsi baxımından olduqca faydalıdır. Əsas məqsəd, sığorta sektorunun maliyyə qaynaqlarını artırmaq və milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafı kontekstində rəqabət çərçivəsini, sığorta fəaliyyətinin nəzəri, praktiki, metodoloji və konseptual araşdırması əsasında rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsidir. Hədəfinə çatmaq üçün milli iqtisadi inkişaf modelinin davamlılığını sığorta sisteminin əhəmiyyətinin müəyyən edilməsi, xarici ölkələrin sığorta xidmətlərinin təşkili mövzusunda təcrübələrinin öyrənilməsi, GZIT analizinə əsaslanaraq milli sığorta xidmətləri bazarının rəqabət

və tənzimləmələrinin xüsusiyyətlərini qiymətləndirmək, dərinliklərə kompleks çalışması bir zərurətdir .

Bu gün, ölkəmizdəki milli sığorta şirkətləri, ən fəal maliyyə sistem olduqları üçün maliyyə bazarların rəqabət çətinlikləri ilə qarşılmalı və yeni yerlər, yeni texnologiyalar əldə etməlidir. Çünki müasir zamanlarda maliyyə xidmətləri gedərək daha çox elektornlaşdırılır, bir başqa deyişlə, oflayn sistemdən online vəziyyətinə keçirlər. Rəqəmsallaşdırma, texnologiyaya yönəlmə kimi proseslərdən sığorta sistemi geridə qalabilməz.

Sığorta mükafatı sığorta gəlirlərinin əsas elementidir. Sığorta mükafatı sığorta xidmətinin həyata keçirilə bilən dəyəri hesab olunur. Sığorta şirkətlərinin sığorta mükafatlarının yığılması bir sıra obyektiv faktorlar tərəfindən müəyyən edilir. Bunlara konyuktura vəziyyəti, inflyasiya səviyyəsi, hüquqi bazası, vergi sistemi, sığorta bazarının rəqabət qabiliyyəti, bank faiz dərəcələrinin dinamikası, sosial müdafiə ilə bağlı inkişaf səviyyəsi və s. 2018-ci ildə 728.0 mln. manat məbləğində (536.2 mln. manat könüllü, 191.8 mln. manat icbari) sığorta haqları toplanıb, 240.3 mln. manat məbləğində (172.5 mln. manat könüllü, 67.8 mln. manat icbari) sığorta ödənişi olub (www.statistika.az) .

Sığorta xərcləri və ödəniş xərcləri sığorta iş prinsipi əsasında ümumi xərclərin 70-80% -ni təşkil edir. Bu mühüm göstərici sığorta tərəfdaşlarının sığorta əlaqələrini, bazar şərtlərini, sığorta növlərinin hər birində zərərin dərəcəsini, il ərzində bazar zərərinə və sığorta şirkətlərinin öhdəliklərini necə yerinə yetirdiyini izah edir. Statistik araşdırmalar göstərir ki, 2018-ci ilin yanvar-iyul ayları ərzində müvafiq toplanan sığorta haqları 2017-ci ilin müvafiq müddəti ilə müqayisədə 42% artması deməkdir. Bu tendensiya əlbəttə qəbul edilə bilər. Çünki son dövrlərdə daha çox sığorta tədiyyəsi, eyni zamanda daha çox sığorta polisi, həmçinin daha çox sığorta predmeti, bulardan əlavə daha çox sığorta hadisəsini ifadə etdiyindən sığorta mükafatlarının artımı, həmçinin sığorta məbləğlərinin artacağını hədəfləməyə əsas verir. Bu zaman, daha çox sığorta riskinin baş verməsi hadisəsi sığorta ödənişlərinin də öz növbəsində artmasına gətirib çıxarır.

Azərbaycanın milli sığorta bazarı müasir standartlar, ehtiyaclar və bütövlükdə dünyadakı maliyyə bazarında dəyişikliklər nəticəsində intensiv inkişaf edir. Son illərdə Azərbaycanda milli sığorta bazarının qurulması prosesi daha yüksək səviyyədə hərəkət edir. Ölkənin iqtisadiyyatının davamlı və sabit inkişafı kontekstində sığorta sisteminin davamlı inkişafı rəqabət mühitinin formalaşması ilə izlənilir.

Sığorta şirkətlərinin maliyyə sabitliyini davamlı təmin etmək adına sığorta şirkətlərinin mövcud nizamnamə kapitalı davamlı olaraq artır. Belə ki, göstəricilərə nəzər saldıqda 2011-ci ildə sığorta şirkətlərinə dair minimal nizamnamə kapitalı 3 milyon manat, təkrar sığortaçılara baxdıqda isə 6 milyon manat, 2012-ci ildə isə bu göstəricilər uyğun olaraq 4 və 8 milyon manat, sonrakı 2013-cü ildə müvafiq olaraq bu göstəricilər 5 və 10 milyon manat, 2016-cı ildə 7,5 və 12,5 milyon manat məbləğində müəyyən edildiyi ortaya çıxır.

Bütün bu tədbirlər sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının artırılmasına və bu şirkətləri aktivləşdirməyə yönəlmişdir.

Beynəlxalq və milli sığorta sistemlərinin inkişafı ideologiyası sığorta bazarının nə qədər genişdirsə bir o qədər pul və maliyyə resurslarını cəlb edə biləcəyi əsasında formalaşır. Müasir dünyada pul vəsaitlərinin hərəkətinin effektiv idarə olunması əsasən şirkətlərin və ümumi sığorta bazarının inkişafından asılıdır. Milli sığorta bazarının dünya sığorta isitemi ilə uyğun bir şəkildə inteqrasiyasını təmin etmək üçün, ilk növbədə, ölkənin sığorta sistemində dərin keyfiyyət dəyişikliyinə nail olunması lazımdır.

Müasir qloballaşan iqtisadiyyatda dünyaya inteqrasiya prosesində Azərbaycanda sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi rolunu müəyyən etmək lazımdır. Ölkəmiz həm iqtisadi, həm də sosial cəhətdən inkişaf dövründə unikal bir yerə malikdir. Bu gün ölkəmizin qlobal iqtisadi sistemə inteqrasiyası sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi üçün çox vacibdir. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın sığorta sektorunun azad bazar iqtisadiyyatı ilə üzləşdiyi iqtisadi transformasiyanın məqsədi vardır. Lakin, hər halda, hədəf özəl əmlaka əsaslanan sığorta sektorunda rəqabət mühitini üçün azad

bazardır. Lakin sığorta bazarın mövcudluğu onun yüksək səviyyədə fəaliyyət göstərməsi mənasına gəlmir. Buradakı əsas hədəf Azərbaycanın sığorta sektorunda mövcud rəqabət mühitini gücləndirmək və respublikamızda fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərində rəqabət mühitini təkmilləşdirməkdir (Пастухов Б.И., 2008, s.90).

Sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsində diqqət yetirilməsi lazım olan ünsürlərdən biri sığorta vasitəçiləridir. Sığorta vasitəçilərinin əsas vəzifəsi müəyyən sığorta növünün ən uyğun sığorta şirkətindən ən uyğun qiymətə əldə edilməsini təmin etməkdir. Bu məqsədlə, müştərilərinin şəxsi ehtiyaclarını təsbit edib ən uyğun sığortanı təklif edən və müqavilə əvvəli lazımlı açıqlama edən sığorta vasitəçisi, müqavilənin imzalanmasından sonra da müştəriləri ilə maraqlanmaqda və çoxu zaman riskin reallaşması halında təzminat üçün lazımlı əməliyyatları təqib etməkdədir.

Sığorta sektoru hər bir inkişaf etmiş bazarda iqtisadi artımın əsas mənbələrindən biridir. Sığorta şirkətlərinin əsas prioriteti və rəqabət mühitində üstünlük əldə etməsinin yolu sığorta olunanların sayını artırmaqdır. Sığortalıların sayını artırmaq və bununla birlikdə topladığı pulun miqdarını artırmaq üçün sığorta şirkətləri sığortalananlara çatmaq üçün müxtəlif yollardan istifadə edirlər. Həqiqətən, sığorta əməliyyatlarının aparılması, ictimaiyyətin görüşünə və müsahibələrin sonunda sığortanın faydalarına inanmağından böyük dərəcədə asılıdır. Sığorta xidmətlərinin öz xüsusiyyətləri ilə sığorta şirkətinin özü tərəfindən yerinə yetirilməsi və birbaşa əlaqə qura bilməsi bugünkü iş həyatında çox çətin və ya hətta imkansızdır. Bu vəziyyət sığorta şirkətlərinin öz təşkilatlarından və filiallarından kənarında bir təşkilatın ehtiyaclarına səbəb oldu. Bu tələbin aradan qaldırılması yalnız sığortaçıları və sığortaçıları geniş sahələrə sığortalamaq üçün mühüm funksiyanı təmin edən sığorta vasitəçiləri vasitəsilə mümkündür. Sığortaçıları və sığorta etmək istəyənlər tərəfindən sığorta bazarlarında xidmətlərinə ehtiyacı olan sığorta vasitəçiləri, sığorta şirkətləri və müştərilərin köməyini təmin etmək funksiyası var. Bu səbəblə, sığorta sektoru ilə əlaqədar

olaraq sığorta sektorunu inkişaf etdirmək və genişləndirməkdə peşəkar sığorta vasitəçilərinin qatqısı və sığorta xidmətlərinin əsas identifikatoru olduqca vacibdir.

Bu istiqamətdə sığorta bazarının fəaliyyət mexanizminin modernləşdirilməsi həm dövlət, həm də sığortaçıların fəaliyyətini nəzərdə tutur. Xarici ekspertlər qeyd edirlər ki, dövlətin sığorta sənayesindəki rəqabət qabiliyyətli mühitinin təmin etməsi öhdəliyi elmi olaraq əsaslandırılmış, müvafiq yeni sığorta strategiyasını tələb edir. Bu strategiyayı həyata keçirmək üçün, ilkin olaraq, istehlakçı xidməti istehlakçıların suverenliyi prinsipi irəli sürülməlidir və ikincisi sığorta bazarında həyata keçirilməsi üçün kifayət qədər təkrarsığorta təmin edilməlidir. Bu baxımdan, ilkin olaraq, sığorta şirkətləri arasında mövcud olan real rəqabət mühiti olmalıdır. Sığortalı maraqları sığorta şirkəti tərəfindən obyektiv reallıq kimi tanınır. Bu maraqların keyfiyyətini təmin etmək adına sığortaçıları arasındakı güclü rəqabət mühiti yaradılmalı və sığorta biznesinin diqqətçəkiciliyi artırılmalıdır.

Təhlillər də göstərir ki, ölkədə sığorta bazarının inkişafında yavaşlamanın əsas səbəbi sığorta şirkətlərinin şəxsi mənbələri və sığorta bazarının mövcud ehtiyat tələblərimüasir bazar tələblərinə cavab verməməsidir. Nəticədə, sığortaçıları əsas riskləri üstələmək və məsuliyyətin əksəriyyətini üstələmək üçün uyğun əziyyətdə deyillər. Bu səbəbdən, böyük həcmli maliyyə axınlarını birja dövrünə keçirmələri lazımdır (McMahon, 2015, s.15).

Ümumiyyətlə, ölkəmizdəki sığorta sisteminin inkişafı istqamətləri və Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıqının müasir şəraitdə inkişaf meylləri aşağıdakılardır :

- Ölkədə sığortçıların sığorta, maliyyə, iqtisadi və investisiya fəaliyyətinin əsas aspektləri və ölkənin sığorta şirkətlərinin rəqabət mühitinin yaxşılaşdırılması yolu ilə sığorta şirkətləri üzərində effektiv dövlət nəzarətinin təkmilləşdirilməsi.

- Beynəlxalq sığorta bazarının tendensiyalarına əsaslanan milli sığorta şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətliyində faktor kimi təkrarsığorta təşkilatının davamlı inkişaf perspektivlərini müəyyən etmək;

- Milli sığorta şirkətlərinin uçot və statistika üzrə müvafiq rəqabət mühitinə uyğun maliyyə strategiyası, proqnozlaşdırılması və büdcəsinin hazırlanması;

- Sığorta ehtiyatlarına və kapitalla investisiya qoyuluşlarının effektivliyini artırmaq;

- Sığorta məhsulları barəsində ictimaiyyətin məlumatlandırılmasını təmin etmək üçün kütləvi informasiya vasitələri ilə daha effektiv və intensiv iş;

- Sığorta təhsili, seminarlar və təlim mərkəzlərinin inkişafı, sığorta üzrə elmi tədqiqatların aparılması, elmi nəşrlərin hazırlanması, sığorta ilə bağlı dərslik və digər elmi materialların genişləndirilməsi.

Bundan əlavə, yeni mühitdə sığorta sektorunun tənzimlənməsi prinsipləri, sığorta bazarının strukturlaşdırılması, sığorta sektorunda monopoliya tendensiyalarının aradan qaldırılması, müştərilər arasında sığorta xidmətlərinin çeşidinin genişləndirilməsi və keyfiyyətin əhəmiyyətli dərəcədə artması vacibdir.

Qloballaşma və texnologiyanın inkişafı, müştərilərin məhsul və xidmətlər haqqında məlumatlandırılmalarına gətirib çıxarmışdır. Bu vəziyyət idarəetmə strategiyalarına və rəqabət aparma yollarına dərinlən təsir etmişdir. Hal-hazırda, iş həyatında davamlılığı təmin etmək üçün müştəri məmnuniyyətinin zəruriliyi və hətta bir müştəri itkisi müəssisənin üçün çox vacib olduğu məlumdur. Bu halda, müəssisələr öz müştərilərini yaxşı müəyyən etməlidirlər və onların idarəetmə qaydalarını müvafiq olaraq müəyyən etməlidirlər. Müəssisələr müştərilərin üstünlüklərini və tələblərini müəyyənləşdirməklə hansı məhsullarını hansı müştərilərinə verdiyini unutmadan, gələcəkdə gözləntiləri müəyyənləşdirməyə çalışmalıdırlar. Sığorta sektorunda rəqabət şərtləri getdikcə daha çətinləşir. Bu gün, sığorta şirkətlərinin rəqabət mühitində "mövcud müştəri qruplarına necə xidmət etmək" diqqət etmələri lazım olan ən əhəmiyyətli mövzulardan biridir. Bu zaman rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi üçün sığorta sektorunda iştirak edən şirkətləri müəyyən strategiyalar müəyyən etmək, müştərilərinə daha sürətli və daha elastik xidmət vermələrinin, müştəri gözləmələrini ən üst səviyyədə qarşılamaqlarının və mövcud müştərilərini əldə tutmalarının əhəmiyyətini vurğulamaq lazımdır (LUHNEN, Michael. 2009, s.677).

Maliyyə bazarlarında əhəmiyyətli rola malik olan sığorta şirkətləri, rəqabətə davamlılığını təmin etmək və dəyişən rəqabət şərtlərində inkişaf etmək üçün

dinamik bir quruluşa sahib olmaları səbəbiylə, Azərbaycan sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsini zəruri edir. Buna bağlı olaraq sığorta sektorunda yaşanan azad rəqabət mühiti, şirkətlərin qlobal ölçüdə rəqabət etmələrini qaçınılmaz hala gətirmişdir. Sığorta sektoru iqtisadiyyatın dinamikasını yaxından təqib edir, qərarlılıq, böyümə, əsas məqsədlərin mövcudluğunu təmin etmək, dəyişən texnologiya və buna görə inkişaf etmiş yeni xidmətlərlə müştərilərə mümkün qədər yüksək xidmət təklif edə bilər. Bu xidmətlərin müştəriyə təqdim edilməsi texnologiya alt quruluşu qədər, işçilərin ixtisaslı olması, xidmətlərin təqdimatı və çatdırılması kimi bəzi xüsusi vəziyyətlər də sığorta şirkətlərinin arasındakı rəqabətə təsir etməkdədir. Müştərilərlə Əlaqələr və İdarəetmə (CRM) tətbiqi sığorta şirkətlərinin riskini mümkün qədər azaltmağa kömək edir və səhv qərarlar qəbul edilməsinin qarşısını alır. Bundan əlavə, sığorta şirkətləri təklif etdikləri xidmətdən razı qaldıqları müştərilərin sadıqlıq riskini azaldır və iki tərəf arasında əlaqəni gücləndirir. Bu, uzunmüddətli perspektivdə hər iki tərəfin verdiyi faydaların artmasına gətirib çıxarır. Bu baxımdan sığorta sektorunda rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsinin məqsədi sığorta sektorundakı şirkətləri müəyyən etməkdir, öz müştərilərinə daha sürətli və daha çevik xidmətlərin göstərilməsinin vacibliyini vurğulamaq, müştərilərin gözləntilərini ən yüksək səviyyədə qarşılamaq və müştərilərini saxlamaqda uğur qazanmaqdır. Müştəri əlaqələri idarəçiliyi sığorta şirkətlərinin səmərəliliyinin artırılması və artan rəqabət şəraitində əməliyyat xərclərinin artırılması üçün əhəmiyyətli fayda təmin edəcəklə rəqabət mühitinin təkmilləşməsinə köməklik edir (MILO, Melanie S., 2003,s.58).

Sığorta sektorundakı rəqabət şəraitinin daha da çətinləşdiyi və mövcud müştəri qruplarına necə xidmət edəcəyi və onları necə saxlayacağı kimi mövzular rəqabət mühitində hər bir sığorta şirkətini düşündürən mövzulardır. Buna görə də, müştəri dəyərinin konsepsiyası sığorta sektorunda getdikcə daha vacib bir forma almışdır. Sığorta sənayesində qiymətli rəqabət, yeni müştərilər qazanmaq və mövcud müştərilərin saxlanması şirkətlər üçün getdikcə yüksək xərc tələb edir. Bu səbəbdən şirkətlər arasında olduqca sıx şirkət keçidlərindən əldə olunan müştəri köçürmələri bir şirkət üçün yeni bir müştəri portfeli olduğu halda, uzun illər

xidmət etdiyindən digər şirkət üçün mövcud müştərinin itkisidir. Sığorta şirkətləri satış və marketing kanallarına yeni müştərilərin sayını artırmaq və marketing fəaliyyətlərini bu istiqamətdə daha effektiv istifadə etmək üçün müxtəlif təşviq proqramları tətbiq edir. Birləşmiş Ştatlarda, bu kontekstdə aparılan tədqiqatlar göstərir ki, mövcud müştərilərin saxlanmasına yönəlmiş səylərdən əldə olunan gəlirlər yeni müştəri tapmaq üçün edilən səydən daha təsirli və effektivdir. Araşdırmalar nəticəsində, mövcud müştəriyi hazırda saxlamağa sərf olunan xərclərin nisbəti yeni müştəri əldə etmək üçün olan xərclərin 5-də 1-i qədərdir. Başqa sözlə, mövcud müştərinin əldə tutulması yeni müştəri əldə etmək ilə müqayisədə daha sərfəlidir. Bundan əlavə, yeni müştəri satınalmaları da şirkətlərin inkişaf strategiyaları üçün çox vacibdir. Lakin, bu məqsədlərə mövcud müştəriləri itirmədən nail olmaq lazımdır.

Keçmişdə müəssisələrin ən əhəmiyyətli hədəflərindən biri təklif etdikləri məhsul və ya xidmətləri satın alan müştərilərə çatmaq idi. Ancaq bu hədəf bu gün rəqabət üçün kifayət deyil. Rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi üçün yalnız müştəriləri tapmaq, həm də müştərilərə çatmaq üçün də vacibdir. Müştəri məmnunluğu, mövcud müştəri saxlamaq, başqa sözlə müştəriləri əldə tutmaq və sadıqlıq yaratmaq üçün vacibdir. Texnologiyanın inkişafı və şirkətlər arasında rəqabətin artması səbəbindən müştəri məmnuniyyəti və sadıqlıq çətinləşir. Müştərilər keçmişdə olduğundan daha çox məlumatlı olurlar, istədikləri şeyi dəqiq bilirlər. Bundan əlavə, yeni bir müştəri tapmaq dəyəri mövcud müştərinin qorunmasından daha çoxdur.

Sığorta sektorunda rəqabəti təkmilləşdirmək üçün müştərilərlə əlaqələrin idarə edilməsi aşağıdakı kimi ifadə edilə bilər; müştəri haqqında, onun necə olacağı, uzun müddət necə əlaqədə qalacağı, xidmətin (agentliklər, birbaşa satış ofisləri, alternativ paylama kanalları, və s.) müştərinin tələbinə uyğunluğu, gözləmə və ehtiyaclarına ən qısa müddətdə və ən yaxşı şəkildə necə cavab verə biləcəyi barədə məlumat əldə etməsi və müştəri məmnun qalmadığında və ya müəssisənin xidmətlərindən ayrılma ehtimalı ortaya çıxdığında bunun önünə

keçmək və ünsiyyəti yenidən təşkil etmək üçün ən uyğun və təsirli şəkildə davranmasıdır (Агеев III.P.,2009,s.62).

Sığorta şirkətləri üçün marketing və satış fəaliyyəti vacibdir. Birincisi, satış fəaliyyəti ölkəmizdəki geniş auditoriyaya sığorta əhatəsinin genişləndirilməsi, sığorta şüurunun artırılması və bu məsələ ilə bağlı ictimaiyyəti məlumatlandırmaq baxımından əhəmiyyətli şəkildə təsir göstərir. Digər bir tərəfdən, sığorta xidmətləri əsasən agentliklər tərəfindən həyata keçirildiyi üçün agentliklər təmin etdikləri xidmətləri bilməli və məlumatlarını öz müştərilərinə çatdırmalıdırlar. Bu baxımdan agentliyin satış və marketing funksiyalarında əhəmiyyəti də ortaya çıxır. Bu baxımdan şirkətin paylama kanalının müştəri inteqrasiyası sığorta şirkətlərində marketing üçbucağı kimi ortaya çıxır. Bütün bu söylərdəki işin insan aspektləri, satıcı-müştəri münasibətləri, iş stilləri, keyfiyyət və satış sonrası bütünlükdə xidmətin əhəmiyyətinə və qiymətləndirilməsinə daha çox önəm verir.

Sığorta sektorunu inkişaf etdirmək və sığorta şirkətlərinin rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi üçün, dövlət xaricində sektorun özəl firmaları da qatqı təmin etməlidir. Sektor başlıca vəzifəsi olaraq sığortanı həyatın əvəzsiz bir hissəsi olduğun insanlara izah etməli və ictimaiyyət məlumatlandırılmalıdır. Bundan əlavə, sığorta şirkətlərinin daha şəffaf və aydın şəkildə fəaliyyət göstərməsinə imkan verəcək infrastrukturun yaradılması lazımdır. Çünki ictimaiyyətdə formalaşmış olan sığorta şirkətlərinin zərərin qarşısını almaq üçün müxtəlif şərtlər qoyduqları aydın olur. Bu halda şirkətlər öz üzərinə düşən vəzifələri yerinə yetirməlidirlər. Birincisi, sığorta şirkətlərinin satış işçiləri gücləndirilməlidir. Bunun üçün, sığorta əməliyyatlarını düzgün şəkildə tətbiq etməyi bacaran, güclü inandırıcılıq qabiliyyəti olan və sektor üzrə ali təhsilli insanlar seçilərək hədəf auditoriyaya təqdim edilməlidir. Təklif olunan məhsulların və xidmətlərin qeyri-kafi olması öz-özlüyündə bir problemdir. Bu vəziyyətdə yüksək gəlirliliyi olan insanların ehtiyaclarını ödəyən şirkətlər də bazara təklif olunmalıdır. Bundan əlavə, tədqiqatın əsas mövzusu olan sığorta şirkətlərinin resurslarının istifadəsinin əhəmiyyəti vacib olan digər məsələlərdən biridir. Nəticə olaraq Azərbaycanda sığorta sektorunun qarşı-qarşıya olduğu çətinliklər və sektorun inkişaf etmiş

ölkələrin gerisində nəticələr əldə etməsi bu sahəyə bağlı daha bir çox işin görülməsi lazım olduğunu göstərir.

3.2. Yeni yanaşmalar və texnologiyalar əsasında sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıqının gücləndirilməsi

1980-ci illərdə başlayan elmi və texnoloji inkişaf elektron idarəetməyə əsaslanan çox sayda geniş miqyaslı şirkətlərin ortaya çıxmasına gətirib çıxarmışdır. Xüsusilə, fond bazarlarında, köhnə iqtisadiyyatda əsas qoyulan qurumların bazar dəyərlərini aşaraq diqqət mərkəzinə çevrilmişlər. Bu inkişafın ən qabaqcılı, şübhəsiz, Microsoft şirkətidir. Ancaq internet bütün texnoloji inkişafın əlamətidir. İnternet informasiya paylaşımının və iqtisadi istifadədə verdiyi rahatlığın təmin olunmasına görə yeni iqtisadiyyatla sinonimə çevrilmişdir. Artıq məlumatın saxlanması deyil məlumatı paylaşmaq və paylaşıqca çoxalması görüşü daha çox yayılmışdır.

XX əsrdə informasiya texnologiyalarının inkişafı demək olar ki, bir inqilab idi. Əslində, informasiya texnologiyaları milli iqtisadiyyatlara, məhsuldarlıq anlayışına və təşkilati həyatına əhəmiyyətli təsir göstərmiş və bir çox dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Bu gün internet, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyata olan təsiri gündən-günə artmaqdadır. Xalqın ünsiyyətini, məlumat mübadiləsini və biznes proseslərinin öyrənilməsinə təsir edir. İnternet iqtisadiyyatın və gündəlik həyatın yenidən qurulmasında fəal rol oynayır (Шахов В.В., 2013, s.27).

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının mövcud inkişafı iki əsas sahədə sığorta sektorunda dəyişikliklər yaratmışdır. Birincisi, ənənəvi təkrar sığorta məhsulları geniş səth bazarlarında satıla bilər; ikincisi, internet vasitəsi ilə sığorta məhsullarını asanlıqla bölüşdürmək və satmaq olar.

XXI əsrdə, ölkəmizin sığorta sahəsi ənənəvi quruluşu ilə uyğunlaşa bilən və texnoloji, ticari tətbiqlərlə davam edən bir dövr gözləyir. Azərbaycanda inkişaf etməkdə olan sığorta sektoru indiki vaxtda elektron ticarəti təsir edən rəqabətli faktorları başa düşmək və kommersiya internet istifadəsinin yaradacağı fürsət və

təhlükələri qiymətləndirmək məcburiyyətindədir. Bu baxımdan ölkəmizdə sığorta şirkətləri informasiya texnologiyalarında baş verən yenilikləri yaxından izləyir.

Texnologiyanın yeni inkişafı və açdığı sahələr maliyyə sektoru ilə yanaşı bir çox başqa sahələri dəyişdirmişdir. Son vaxtlarda maliyyə texnologiyalarının (fintech) konsepsiyasına ədəbiyyatlarda tez-tez rast gəlmək olur. Hal-hazırda, maliyyə əməliyyatları texnologiya infrastrukturuyla fəaliyyəti asanlaşdıqı üçün, bunun əsasında yeni bir sahə açılır (Гвозденко А. А., 2006, s.465).

Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıqının müasir şəraitdə inkişaf meylləri sığorta sektorunda aşağıdakı yeni texnologiyalardan istifadəni şərtləndirir (Sam, 2016, s.15):

- Drone: Ödəmə istəkləri, mükafatların hesablanması, qiymət siyasəti hazırlığı və kommersiya təhlükəsizliyinin yoxlanılması kimi sahələrdə məlumat toplama prosesi dronelər vasitəsilə həyata keçiriləcəkdir.

- Blockchain: Yeni məhsul və ödəniş modelləri, fırldaqçılıq hallarının aşkarlanması, risklərin qarşısının alınması, ödəmə iddialarının və təkrar sığortanın idarə edilməsi vasitəsilə sığorta sektorunda güvən və şəffaflığı gücləndiriləcəkdir.

- Telematik: Uzaqdan algılama sistemi olaraq bilinən bu texnologiya vasitəsi ilə insanlara sigortalarından necə istifadə edəcəkləri barədə istənilən vaxt məlumat axını təmin edəcək.

- Süni intellekt (AI): Sığorta sektoruna robot məsləhətçiləri ilə birlikdə daxil olan bu texnologiya, müştəri suallarını cavablandırmaq, şikayətlərin qiymətləndirilməsi, təkliflərin təqdim edilməsi və qiymətlərin verilməsi kimi sahələrdə istifadə olunacaq.

- Robot prosesinin avtomatlaşdırılması: Aşağı riskli ödəniş tələbləri (məsələn, min dollara kimi bütün ödəniş tələbləri) prosesin icrası, siyasətin və ya düzəlişin yenilənməsi kimi sahələrdə istifadə ediləcəkdir.

- Things of Internet (IoT): Risklərin səmərəli idarə edilməsi, davam edən əməliyyatların monitorinqi, müştəri məlumatlarının və məhsul yeniliyinin qiymətləndirilməsi.

Insurtech, texnoloji yanaşmalar vasitəsilə sığorta sektorundakı problemlərin həll olunmasına əsaslanır. Sürətlə dəyişən müştəri davranışı və ağıllı cihazların yayılması kimi faktorlar son illərdə çox sayda “Insurtech”-in qəbul edilməsinə səbəb olmuşdur (www.maliyye.gov.az).

Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meyllərinə yeni yanaşmalar müştərilərin gözləntiləri, davranışları və iş qaydalarına əsaslanır. Ölkəmizdə rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meyllərinə yeni yanaşmalar əsasında prioritet göstərişlər artıq müəyyənləşdirilib: Yeni növ sığorta növləri üzrə - mikromaliyyələşdirmə, birgə sığorta, icbari tibbi sığorta və kənd təsərrüfatı sığortası üzrə prioritet göstərişlər vardır. Bu kontekstdə yeni yanaşma kimi marketinq diaqnozu yaradılmış və ayrı-ayrı bölmələr üzrə müvafiq addımlar atılmışdır, xüsusilə qeyri-neft sektorunda Azərbaycan iqtisadiyyatının, o cümlədən sığorta sektorun inkişafında mühüm rol oynayan kənd təsərrüfatı təhlükəsizliyi vacib məsələ olması ilə əlaqədar olaraq kənd təsərrüfatı sığortası çox geniş bir şəkildə yayılmışdır və bu növ sığorta üçün hüquqi əsas hazırlanaraq hökumətə təqdim edilmişdir.

Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meyllərinə yeni yanaşma kimi sektorun sosial media fəaliyyəti xüsusi vurğulanmalıdır. Mobil texnologiyaların sürətli şəkildə insanlar arasında yayılması ictimai fəaliyyətlərin mühüm bir istiqaməti halına gəldi. Gündəlik həyat və marketinq ünsiyyəti rəqəmsal tətbiqlərin ayrılmaz bir parçası halına gəlmişdir. Son on ildə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində yeniliklər sığorta sektoruna da rəqabətə davamlılığının təmin edilməsi baxımından öz təsirini göstərir. Bu yeniliklərlə, sosial media bir kateqoriyaya və bir qlobal icma yaratmaqla mətn və ya ani mesajlaşma, sosial şəbəkə saytları vasitəsilə istifadəçilərlə ünsiyyət kimi müəyyən edilir. Sığorta şirkətləri marketinq kommunikasiyalarında müştərilərinə çatmaq üçün yenilikçi rəqəmsal tətbiqlərdən istifadə edirlər. Online rəqəmsal tətbiq və marketinq strategiyaları müştərilərin doğru istehlakçı mövqeyini inkişaf etdirməyə çalışır. Rəqəmsal tətbiqlər sığorta

şirkətlərinin müştəriləri üçün reklam ötürülməsi, məlumatlandırılma və inandırıcılıq sahələrində əhəmiyyət qazanır. (Duffett və Wakeham, 2016, s. 20-21).

Sığorta müştəriləri sığorta məhsullarını öyrənmək və digərləri xidmətlərin necə qiymətləndirildiyini araşdırmaq üçün sosial media vasitələrindən getdikcə daha çox istifadə edirlər. Sosial mediada hər hansı bir narazılıq ifadə etmək üçün son dərəcə ictimai bir mühit təmin edilir. Buna görə, sosial media, müştəri həssaslığını detallı şəkildə və satış imkanları üçün getdikcə əhəmiyyətli olan qiymətli məlumat mənbəyi olmaqla sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meylinə yeni yanaşma kimi müəyyən edilir.

Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meyilləri Mobil İT, Mobil Cihazlar və Sensor kimitexnologiyalarla əlaqəli olduğu göstərilir. Sığorta müştəriləri, öz mobil telefonlarını və ya tabletləri vasitəsilə sığorta ala biləcək və çəkdikləri zərərlərin qarşılınması ilə bağlı məlumatlarda edəbilərlər. Bu məqsədlə sığorta şirkətləri mobil tətbiqləri inkişaf etdirir. Mobil tətbiqlər "Cibinizdəki sənəd" imiciylə müştərilərin lazımlı bütün məlumatlarını əl altında tuta bildiklərini, bir qəzadan sonra ziyanın ödənilməsi ilə bağlı tələbdə buluna bildikləri, ehtiyac duyduqları anda Sığortaçılar ilə əlaqə quracaqları hazır bir üsul olaraq görülməkdədir. Mobil programlar, həmçinin müştərilərin gündəlik həyatı necə qoruduğuna dair məlumatların müntəzəm olaraq qaynaqlandığı və qiymət riskini daha effektiv şəkildə təmin etməyə imkan verir (PWC, 2016, s.10). Qlobal mobil marketing problemlərinin həlləri bazarının cari dəyəri 28,6 milyard dollar təşkil edir. İldə 28.1% artım göstəricisi ilə 2021-ci ilədək mobil marketing problemlərinin həlləri bazarının bazar dəyəri 98,9 milyard dollar təşkil edəcəkdir (Sam, 2016, s.15). Sığorta şirkətləri mobil marketing problemləri həllərinə investisiya edirlər. Sektor aparıcı şirkətlər öz müştəriləri haqqında daha ətraflı məlumat əldə etmək üçün rəqəmsal imkanları (məsələn sensor texnologiyaları vasitəsilə) istifadə edərək daha dərin, daha fərdi və uzunmüddətli əlaqələr şəklində inkişaf etdirirlər. Müştərilərin profilini daha effektiv bir şəkildə yaratmaq, ətraflı tənzimləmələr etmək və fərdi həllər təqdim etmək üçün bu məlumatları istifadə edirlər. Bu baxımdan, Azərbaycanın sığorta

şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meylləri bu yeni texnologiyalardan istifadəni və ona adaptasiya olunmağı şərtləndirir.

Bazar iqtisadiyyatının genişləndiyi, əmtəə istehsalçılarının sərbəst buraxılması və beynəlxalq arenaya inteqrasiyanın sürətlənməsinin müasir şərtləri maliyyə və kredit mexanizminə yeni yanaşmalar tələb edir. Maliyyənin əhəmiyyətli bir hissəsi olan sığorta sektorundakı rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meyllərinə yeni yanaşmalar əsas nöqtələrdən biridir. Bu baxımdan, iqtisadiyyatını bazar münasibətləri qaydalarına uyğun qurmaq, dövlətin suveren maraqlarını və özəl sektorla bağlı məsələləri nəzərə alaraq iqtisadi fəaliyyət məsələləri ilə bazar münasibətlərinin şərtlərini yaratmaq istəyən Azərbaycan Respublikası üçün də vacibdir.

Azərbaycanın sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılığının müasir şəraitdə inkişaf meylləri yeni yanaşmalar və texnologiyalardan istifadə ilə əlaqədar olaraq nümunə kimi AXA MBASK sığorta şirkətini bankların sığortasının vacibliyini nəzərə alaraq girov əmlakı kimi xüsusi bir IT sistemi yaratmasını göstərmək olar. Bu gün şirkətlə işləyən bankın hər bir əməkdaşı online kredit müqaviləsi şəklində sığorta şəhadətnamələrini verə bilər. Amma əslində bankların potensialı tam istifadə olunmur. Girovla kredit verən bank ilkin olaraq həmin girovun sığortalanmasında maraqlı olduğuna görə göstərilən sığorta növü bir növ könüllü-məcburi məsələyə çevrilmişdir. Girov sığortasından bu yana iş getmir. Mövcud imkanlar banklar tərəfindən istifadə edilmir. Xaricdəki bankların əksəriyyəti əsasən bankın xalis gəlirini artırmaq üçün demək olar ki, hər növ sığorta məhsulunu satır. Bank müştərilərə yönəldilmiş çoxsaylı satışa malikdir. Bir çox inkişaf etmiş ölkədə insanlar bank xidmətləri ilə yanaşı sığorta məhsulları ala, maşınlarını, mənzillər və hətta həyatlarını da sığortalaya bilərlər. Azərbaycanda bir çox banklar riteyl sahədə işləyir, riteyl sahələrini inkişaf etdirirlər və regionlara daxil olurlar. Riteyl məhsullarını inkişaf etdirən banklar da müştərilərinə sığorta məhsulları təklif edə bilərlər.

Sığorta bazarının əsas aspekti yaxın gələcəkdə onun gələcək inkişafı və təkmilləşdirilməsidir. İqtisadi artım tempinin yüksəlməsi və sabitliyinin

əhəmiyyətli istiqaməti olaraq iqtisadi proseslərin sığortalanmasının artması, ölkəmizin ümumi daxili məhsulunda mövcud sığorta hissəsinin artmasına səbəb olmuşdur.

Sığorta bazarı iqtisadi rəqabət mühitində tənzimlənən bir funksiyadır. Qeyd etmək lazımdır ki, təkcə rəqabətin mövcudluğu sığorta bazarında perspektivli fəaliyyətlər üçün kifayət deyil. Burada sığorta şirkətlərinin əməkdaşları yeni potensial müştərilərin axtarışı və sığorta xidmətlərinin metod və formalarının inkişaf etdirilməsində öz fəaliyyətlərini genişləndirməyi üstün tuturlar. Sığortaçı şəxslərin əsas xüsusiyyəti, onlar sığorta cəmiyyətlərinin daxili və xarici fəaliyyətlərinə rəhbərlik etmək və bununla da sığorta mədəniyyətini artırmaqdır.

Sığorta bazarının inkişafına kömək göstərən əsas faktorlar arasında, ölkənin iqtisadi vəziyyəti, əhalinin gəliri, sığorta şirkətlərinin maliyyə sabitliyi həmçinin ödəmə gücü (qanuni sərmayə, sığorta ehtiyatları, xüsusi təhlükəsizlik və reasürans), sığorta xidmətlərinin səviyyəsi və sığorta növləri (normativ hüquqi aktlar) və inhisar olmayan müddəalar daxil olmaqla, bazarın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi və sağlam şəkildə rəqabət mühitinin yaradılması gəlir.

Azərbaycanda sığorta məsələlərini tənzimləyən qanunvericiliyində dəyişikliklər gündəmdədir. Qeyd edək ki, sığorta qanunvericiliyində müzakirə olunan dəyişikliklər və əlavələr sığorta şirkətlərinə maraqlı tələblər qoyur.

ICTnews-un məlumatına əsasən, təklif olunan dəyişikliklərə əsasən, hər bir sığortaçı məlumat və şikayətlərin elektron şəkildə yayılması üçün öz fəaliyyətinə aid məlumatları, eləcə də sığorta xidmətləri haqqında məlumat yaymaq üçün rəsmi veb saytına malik olmalıdır. Bundan əlavə, şirkətin həyata keçirdiyi sığorta və təkrarsığorta müqavilələri ilə bağlı məlumatları daxil etməsi, işlənməsi və saxlanması üçün elektron informasiya sistemi qurulmalıdır. Bu sistemlərin yaradılması sığorta müqavilələrinin elektron formada imzalanmasına imkan yaradacaqdır.

Sığorta şirkətləri artıq elektron formada elektron sığorta poliqlərini satırlar. Hər halda, müqavilə kağız şəklində bağlanır və müştəri kağız formasını

alır. Yeni dəyişikliklərdən sonra sığorta müqaviləsi elektron mühitdə olacaqdır. Başqa sözlə, hər hansı bir şirkət öz məhsullarını bu formada təqdim edə bilər.

Sığorta şirkətləri üçün informasiya sistemlərinin yaradılması rəqabətə davamlılığının gücləndirilməsi və şəffaflığın artırılmasına imkan verəcəkdir. Bu dəyişikliklərin məqsədi, sığorta şirkətlərinin fəaliyyətlərini bu günün tələbləri ilə uyğun hala gətirmək, müştəriləri və əhalisi daha yaxşı məlumatlandırmaq və işlərini daha yaxşı təşkil etməkdir. Azərbaycanın sığorta sektoruna həsr olunmuş ilk xüsusi internet portalı olan fins.az mütəxəssisləri, məlumat sistemi və avtomatik məlumatların işlənməsinin tətbiq olunması, şirkətin işində yarana biləcək risklərin vaxtında müəyyən edilməsinə və aradan qaldırılmasına imkan təmin edəcəyini söyləyir. Bu sistem sığortaçıların təhlillərinin daha səmərəli və şəffaf olmasına və hesabatların daha dəqiq və vaxtında hazırlanmasına imkan yaradacaqdır. Hal-hazırda qeyd etmək lazımdır ki, bəzi ölkələrdə belə sistemlər mövcuddur. Qanunda nəzərdə tutulan yeni bənd bütün şirkətlərə tətbiq ediləcəyini nəzərdə tutur.

On il ərzində (2004-2014) Azərbaycan dünyada iqtisadi artımın tempinə əsasən ön sıralarda qərarlaşmışdır. Müvəffəqiyyətli bir neft strategiyası səbəbiylə, infrastruktur inkişaf etdirilmiş, qeyri-neft sektorunun iqtisadiyyatı inkişaf edərək təkmilləşdirilmiş, sosial rifah inkişaf etmiş, dövlət büdcəsindəki aktivlərin həcmi böyümüş və strateji valyuta ehtiyatları ÜDM-nin həcmindən çox olacaq səviyyədə təşkil edilmişdir. 2014-cü ildən başlayaraq, neft qiymətlərində kəskin bir azalmanın olması ilə ölkəmizdə baş verən iqtisadi böhranların bir nəticəsi olaraq, ölkədə iqtisadi böyümənin yavaşlaması, təşkilati və struktur çətinliklərin ortaya çıxması arxa planında yeni bir iqtisadi inkişaf yanaşmasına keçidi vacib etmişdir. Qiymət tarazlığı və qeyri-neft sektorundakı büdcə açıqları, həmçinin maliyyə, bank və sığorta sektorundakı proseslərlə bağlı bəzi problemlərin ortaya çıxması ölkə iqtisadiyyatının inkişafının yeni dövrünün köklü əsaslarını və istiqamətlərini müəyyən edən konseptual proqramların qəbul edilməsinin vacibliyini bir daha gösdərmişdir. Davamlı inkişaf təmin edəcək yeni "qabaqcıl" sektorlara fokuslanaraq, iqtisadiyyatın strukturu, qeyri-kommersiya fəaliyyətinə nisbətən kommersiya fəaliyyətinə, hasilata nisbətən emala, dövlətə aid müəssisələrə

nisbətən özəl sektora, aşağı texnologiyalı sektorlara nisbətən yüksək texnologiyalara əsaslanan sektorlara, aşağı qiymətli sektorlara nisbətən yüksək qiymətləri olan sektorlarda daha yüksək artım hesabına yenidən balanslaşdırılacaqdır. Milli iqtisadiyyatın strukturunun yenilənməsi, iş mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, orta müddətli xərcləmə strategiyası çərçivəsində yeni siyasətin tətbiq olunması, maliyyə, bank və sığorta sisteminin təkmilləşdirilməsi və dəyişkən valyuta rejiminə bağlı pul siyasətinin təkmilləşdirilməsi, həmçinin xarici bazarlara daxilolmanın genişləndirilməsi ilə mümkün olacaqdır.

İnternetin gündəlik həyatda istifadə olması ilə yanaşı, elektron ticarətin inkişafında, sənayedə, xidmət sahələrində və xüsusilə də maliyyə xidmətləri sahəsində böyük dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Ölkəmizdəki inkişaf edən sığorta sektoru, elektron ticarətə təsir edən, internetdən istifadə imkanlarını və təhlükələrini qiymətləndirən rəqabət amillərini əhatə edir.

Vurğulamaq lazımdır ki sığorta işi, zərər və zərərin yaranmasına səbəb olan hadisələrin iqtisadi nəticələrindən qorumaq üçün, müəyyən məbləğ qarşılığında risklərin yayındırılaraq minimuma endirilməsi kimi ifadə olunur. Sığorta, təhlükələrdən (riskdən) yaranan ziyana və zərərlərə qarşı bir ehtiyat tədbiridir.

Ölkəmizdəki sığorta sektorunda son illər iqtisadiyyatda yaşanan inkişafa paralel olaraq dəyişiklik müşahidə olunur. Əslində, sığorta sektorunun iqtisadi inkişafı olmadan və iqtisadiyyat rəqiblərlə rəqabət qabiliyyətinə malik olmadan inkişaf edə bilməz (David J. ve DOHERTY, Neil A., 2006, s.82).

İnkişaf etməkdə olan və ya az inkişaf etmiş ölkələrdə sığorta sektoru hələlik nəzərdə tutulan səviyyəyə çatmamışdır. Sektora bir çox yeni məhsul qatılmasına baxmayaraq pul ödəniş problemi, ixtisaslı işçi problemi, təşkilati məsələlər, istehsal orqanları ilə sığorta şirkətləri arasındakı problemlər, sigortalılarda sığorta xidməti anlayışının inkişaf etməməsi, qanuni dəyişikliklərdəki əksiklik və boşluqlar özünü hissettirir və əhəmiyyətini qorumaqdadır. Xüsusilə ölkəmizdə xarici sərmayənin sığortaçılıq sektoruna marağının artdığı bir dövürdə və internet sığortaçılığının inkişafı bir çox problemin həll olunmasına kömək olmuşdur.

AB (Avropa Birliyi) və inkişaf etmiş ölkələrdə sığorta sektoru kapital bazarının əvəzsiz sektorlarından biridir. Bu ölkələrdə sığortanın ən mühüm funksiyalarından biri iqtisadi inkişaf üçün zəruri olan vəsaitlərin yaradılmasıdır. Həyat sığortası şirkətləri iqtisadiyyatın tələb etdiyi uzunmüddətli vəsaitlər yaradır və qeyri-həyat sığortası şirkətləri qısa və orta müddətli vəsaitlər yaradır (Пастухов Б.И., 2008, s.9).

Azərbaycanın sığorta sektoru, son zamanlarda rəqabətin artması və inkişafı kimi bəzi meyarlarla AB ölkələri ilə müqayisədə AB-yə üzv olan bir çox ölkələrin sığorta sektoru ilə bənzər bir quruluşa malikdir. Ancaq, sığorta sektorunda fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri sayının kifayət sayda olmaması, sektordakı aşağı məşğulluq nisbəti, ümumi birbaşa mükafatların və adam başına düşən sığorta haqqının aşağı olması kimi səbəblərlə Azərbaycan, AB ölkələri qarşısında rəqabət baxımından daha inkişaf etməsi lazım olduğu görülür. Sığorta şirkətlərinin aktivlərinin böyüklüyü baxımından Azərbaycan ilə AB ölkələri müqayisə edildiyində Azərbaycandalı bütün sığorta şirkətlərinin ümumi aktivləri yenə AB üzvü Almaniyadakı bir şirkətin ümumi aktivlərindən çox daha az dərəcələrdə olduğu görülməkdədir.

İnformasiya texnologiyaları (İT); giriş, saxlama, məlumatların emalı, nəqli və ya ötürülməsi, çatdırılması müasir məlumatların istifadəsi olaraq ifadə etmək olar. İnformasiya əldə edilməsi prosesi, məlumatın emalına, saxlanmasına və alınmasına, məlumatların köçürülməsinə (ötürülməsi və qəbulu), informasiya dəyişikliyinə, məlumatların təqdim edilməsinə və təmsil olunmasına görə informasiya texnologiyaları tələbatı sürətlə artır. Bu gün informasiya texnologiyaları müəssisələrin rəqabət üstünlüyünü təmin etməkdə mühüm rol oynayır. İnformasiya texnologiyası informasiya toplanması, emalı, saxlanması, ötürülməsi və əldə edilməsinə imkan verən kompüter və kommunikasiya texnologiyaları kimi təsvir edilə bilər (Жилкина М.С., 2001, s. 46).

Son 15 il ərzində (2005-2018) informatika sahəsində (dünyəvi telefon, elektron poçt və kompakt disk və s.) böyük dəyişikliklər baş vermişdir. İnformasiya texnologiyaları təşkilatın strukturuna və fərdi işlərin yenidən

qurulmasına mühüm təsir göstərir. Ən əhəmiyyətli təşkilati dəyişiklik təşkilati olaraq balacalaşmadır. Təşkilatlardakı işçi sayının azalması və bürokratik prosedurların azalması ilə təşkilat strukturu düzəldilir. Təşkilati və qeyri-təşkilati ünsiyyət daha effektiv olmasına baxmayaraq, icra qərarlarının effektivliyi artır. İnformasiya texnologiyaları həm işin necə görülməsi formasını, həm də digər insanlara koordinasiya olma formasını dəyişdirir. Texnoloji inkişaf yalnız müxtəlif qurumları birləşdirmir, həm də iqtisadi nəticə kimi təşkilatda informasiya texnologiyalarının istifadəsini tələb edir. İnformasiya texnologiyaları təşkilatın ətraf mühitlə əlaqələrini dəstəkləyir, ənənəvi ünsiyyətin yerini alır və ünsiyyəti daha təsirli edir. Rabitə içərisindəki bu inkişaf təşkilatların məsafə və vaxt fərqi problemlərini də aradan qaldırır. İnformasiya texnologiyalarının istifadəsi daxili kommunikasiyanı sürətləndirir. Azərbaycanda bu sahədə qəbul olunmuş qərarlar və qanunlar texnologiyanın bütün sektorlara yayılmasına və inkişafına şərait yaratmışdır.

Bu nöqtədə, “Insurtech” bazarda müxtəlif həll yolları təklif etmək üçün obyektlərin interneti kimi texnologiyalarla birləşdirilə bilər. Beləliklə, şirkətlər daha çox müştəri qazanırlar, istifadəçilər də aşağı qiymət siyasəti olan sığortadan faydalana bilərlər. “Insurtech”, ənənəvi şirkətlərə öz istifadəçilərinə ayaq uydurma imkanı yaratarkən, sığorta sektoruna sürətli, çevik və müxtəlif həllər təqdim edir.

Sığorta sektoru rəqəmsal kanalların istifadəsinin artması və dəyişən müştərilərin gözləntiləri ilə sürətli və radikal bir çevrilməyə məruz qalır. Rəqəmsallaşdırma prosesini bir üstünlüyə çevirərək, sığorta şirkətləri məhsullarını və xidmətlərini yeni texnologiyalara adaptasiya edən dinamik bir yanaşma ilə uyğunlaşdırmaları daha vacibdir.

Bu gün sığorta şirkətləri üçün marketinq məhsulları və xidmətlərində müştərilərlə daha çox rəqəmsal kommunikasiya vacibdir. Bu dövr sığorta sektorunun rəqəmsal yaşı olaraq adlandırılır. Araşdırmalar rəqəmsal dövrün sığorta sektoru üçün başladığını vurğulayır.

Sığorta şirkətlərində başlıca meyl rəqəmsal tətbiqlərin inkişaf etdirilməsi sayəsində rəqəmsal sığorta şirkətinə çevilməkdir. Sığorta şirkətləri internetə,

sistemin modernləşdirilməsinə, mobil hesablamalara, rəqəmsal müştəri təcrübələrinə və rəqəmsal tətbiqlərdə məlumat təhlili üzərində dayanır. Sığorta sektorunda çox sayda insana çatmağı hədəfləyən digər sektorlara görə informasiya texnologiyasının rolu çox böyükdür. Sığorta sektorunda informasiya texnologiyaları, sığorta şirkətlərinin internet saytları, birbaşa marketing üsullarından biri, məhsullarını satan internet saytları, elektron mühitdə müştəriləri ilə ünsiyyət kimi müxtəlif yollarla görülməyə bilər.

2015-ci il sığorta sektorunun rəqəmsal dünyaya uyğunlaşması və innovativ məhsullarla rəqəmsal xidmət şəbəkəsinin inkişafı baxımından əhəmiyyətli bir il oldu. 2016-cı ildə rəqəmsal kanallardan sığorta satışı 25 milyon avro təşkil etmişdir (Ak Sığorta, 2016, s.27). Rəqəmsal tətbiqlər siyasət və iddiaların yerinə yetirilməsi vasitəsilə məhsulun dizaynından marketingə və satışa olan ticarət əməliyyatlarının hər mərhələsinə qədər təsir göstərir. Sığorta sektoru da dəyişir və rəqəmsal inkişafı təqib edir. Sığorta şirkətləri rəqəmsal vasitələri inkişaf etdirir və müştərilərin gözləntilərini başa düşür. Bu səbəbdən, sığorta şirkətləri öz müştərilərinin öz problemlərinin həllinin axtarıldığı yerləri daha yaxşı bilmək məcburiyyətindədirlər (Адамчук Н. Г., Асабина С. Н., Турбина К. Е., 2003, s.706).

Sığorta şirkətlərinin rəqabətə davamlılıqının müasir şəraitdə inkişaf meyillərində elektron fəaliyyət nümunəsi olan modellər aşağıdakılardır (Pozzi, 2015, s.47):

“Websites” Modeli: Bunlar dünyanın aparıcı sığorta şirkətlərinin həmin sığorta şirkətləri barədə öz müştərilərinə məlumat verən və məhsullarını tanıdaraq bazarda yerləşdirən saytlardır.

Online Marketing Modeli (toplayıcılar): Bu modeldə, müxtəlif sığorta şirkətlərinin əsas məhsulları təqdim olunur, sayt broker kimi fəaliyyət göstərir. Bu sistemin ən böyük üstünlüyü müştərinin eyni zamanda bir neçə müxtəlif şirkətin təklifini görməsi və ən uyğun məhsul əldə etdiyinə əmin ola bilməsidir.

Tərs Aukcion Modeli: Bu saytlar ümumiyyətlə forumlarda işləyir. Bu forumlar vasitəsilə istifadəçi sistemə təklif etmək və satıcı kimi çıxış etmək üçün

daxil olur. Tərs Aukzion Modeli alıcılara satıcılar kimi qiymətləri təyin etməyə imkan verən bir modeldir. Başqa sözlə, müştəri məhsulun və ya alınacaq xidmətin qiymətlərini müəyyənləşdirir və bu qiymətlər üçün uyğun bir satıcı axtarır. Məsələn, bir avtomobil satıcı dilerinə ən uyğun avtomobil sığortasını tapmaq üçün Tərs Aukzion Modeli istifadə edə bilər.

Məhsul Portalı Modeli: portal saytları ziyarətçiləri bir yerdə axtarıqlarını tapmaq şansı təklif edir. Online alış-veriş saytlarından fərqi istifadəçiyə istədikləri barədə məlumat toplamaqda kömək etməkdir. Bu xüsusi və vahid maraq haqqında çox məlumat verən saytlar şaquli portallardır. Online ticarət saytları üfüqi portallardır. Bu portallar bir yerdə xidmət göstərir və müvafiq saytlara keçidlər ehtiva edir.

Xüsusi Məhsul Portalı Modeli: Sığortaçılar məhsullarını satmaq məcburiyyətində olduğundan, bu məhsulları ən yaxşı qiymətə ən münasib müştəriyə satmalıdırlar. Xüsusi məhsullar olan saytlar sığortaçılara məhsullarını daha yaxşı bazarlara satmağa imkan verir. Bu biznes modeli ümumilikdə bütün filiallarda fəaliyyət göstərən və ya bütün sahələrdə ixtisaslaşmağa çalışan ənənəvi sığorta şirkətləri üçün deyil, yeni bazarlar yaradan şirkətlər üçün daha münasibdir.

Onlayn risk bazarları modeli: Online Risk Bazarı Modeli əsasən təkrarsığorta sektoruna yönəldilmişdir. Bu modeldə şirkət sığorta və təkrarsığorta işində şəffaflıq təmin edir və bu da alıcıları və satıcıları sığorta haqqında məlumat mübadiləsinə imkan verir və bununla onlar daha çox bilinçli davranırlar.

Sığorta sektoru texnologiyanın gücünü ən yaxşı şəkildə istifadə etməsi lazım olan qabaqcıl sektorlardan biridir. Sistemlərin dəyişdirilməsi, doğru infrastrukturların qurulması, təhlükəsizlik sistemlərinin tətbiqi, 7/24 xidmət standartları bütün bunlar kimi xidmətlərdən asılı rəqabətə davamlılıq meyli olaraq texnologiyadan istifadə sektorun inkişafına səbəb olur.

Nəticədə rəqəmsal transformasiya yeni bir ölçüyə işarə edir. Bu ölçü yalnız IT strukturlarının dəyişimini deyil, bütün insan resurslarının transformasiyasını, gördükləri işin dəyişməsinə və rəqəmsal çevrilməyə uyğunlaşmasını tələb edir. Buna görə rəqəmsal çevrilmə asan proses deyildir.

Sığorta sektorunda rəqabətə davamlılığının inkişafını təmin etmək üçün, həm də resursların istifadəsini minimuma endirməlidir. Texnologiyanın gücünü istifadə edərək zərərin dəyərini azaltmaq və müştəri məmnuniyyətini artırmaq mümkündür. Müştəri təcrübəsini təmin edə bilməyən, doğru müştəri yaratmaq və saxlamayan bir sığorta şirkəti üçün rəqabətə davamlılıqı təmin etmək mümkün deyil. Lakin sığorta şirkətinin ən vacib hədəflərindən biri doğru müştəri portfelidir və siyasət yeniləmə gücüdür. Bunları yerinə yetirmək üçün, kompleks məlumatların idarə edilməsi və analitik imkanları maksimum dərəcədə artırmaq olar.

Əslində və yaxın gələcəkdə texnoloji inkişaflarla davam edən və bu istiqamətdə doğru strategiyaları inkişaf etdirən sığorta şirkətləri rəqabətə davamlılıqı təmin edəcək və ölçüsündən asılı olmayaraq digər şirkətlərlə rəqabət edərək sığorta bazarında qalacaqdır.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Nəticə olaraq, sığorta sektorunda xərclərin səmərəliliyinin təmin edilməsi və rəqabət qabiliyyətini artırılması, bazar payının artırılması kimi səbəblərə görə konsentrasiya meylinin gücləndiyini görmüş oluruq. Xüsusilə inkişaf etmiş ölkələrdə, vasitəçilər satış prosesində effektivliyini artırmaq üçün birləşirlər. Müstəqil vasitəçilərin sayısal üstünlüyü ilə müqayisədə brokerlərin toptancı və pərakəndə sığorta bazarlarında əhəmiyyətli üstünlüklərə malik olduğunu söyləyə bilərik. Bu tendensiya beynəlxalq sığorta bazarlarında, eləcə də milli sığorta bazarlarında görünür.

Vurğulamaq lazımdır ki, sığorta bazarındakı şirkətlərin arasında yaranan rəqabət şəraiti, əhatə dairəsinin genişlənməsi, yerli, regional və qlobal iqtisadi vəziyyətin tələblərinə görə artmaqdadır. Hal-hazırda qlobal miqyasda bir oligopolist təkamül olduğunu qeyd etmək olar. Nəticədə rəqabət şərtlərinin formalaşdırdığı bu mühitdə, böyük sığorta şirkətləri arasında rəqabət müəyyən dövürlərdə enmələr və qalxmalar nümayiş etdirir. Qlobal səviyyədə rəqabət strukturunun pozulması nəticəsində, bəzi mega(nəhəng) sığorta şirkətlərinin rəqabət səviyyəsi qlobal səviyyədən milli (yerli) səviyyəyə enir.

Sığorta xidmətləri dünyada iqtisadi baxımdan inkişaf etmiş ölkələrdə gedərək daha da yayılır. İnkişaf etmiş qərb ölkələrinin təcrübəsinə əsasən göstərilir ki, sosial və iqtisadi həyat bütün sahələrdə istənilən addımlarla sığorta əlaqələri ilə müşayiət olunur. Belə olduğu halda, həmin ölkələrin həm hüquqi, həm də fiziki şəxsləri hər cür sığorta ilə, bütün risklərdən qorunaraq öz əmlaklarını və sağlamlığını güvən ilə təmin olunur. Beləliklə də, hər bir insan öz sağlamlığını və əmlakını əvvəlcədən kiçik bir məbləğ ödəyərək güvənli şəkildə təminat altına alır və hər hansı bir baş verəcək hadisə nəticəsində dəymiş zərərə görə yaranan xərclərin ödənilməsi üçün əlavə xərc olmadan, onlar sığorta şirkətləri tərəfindən edilən ödəniş hesabına tez bərpa edilərək əvvəlki vəziyyətinə gətirilə bilər. Beləliklə, bu şəxs (istər fiziki, istər hüquqi) iqtisadi çətinliklərə düşmür və fəaliyyətini əvvəlki şəkildə davam etdirir. Bütün bunlar diqqətə alındıqda nəticədə,

sığortanın əhəmiyyəti istər dünyanın başqa ölkələrində istərsə də Azərbaycanda gedərək artmaqdadır. Bu inkişaf isə özlüyündə bazarda yeni sığorta şirkətlərinin yaranmasına, böyük sığorta bazarının və onlar arasında rəqabət mühitinin formalaşmasına səbəb olur.

Azərbaycanda sığorta sisteminin rəqabətə davamlı inkişafını və dünya səviyyəsində sığorta sistemə inteqrasiyasını təmin etmək adına aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilməsini təklif etmək olar:

1. Ölkədəki sığorta şirkətlərinin maliyyə, investisiya və sığorta fəaliyyətinin prioritet aspektləri müəyyənləşdirilməli və milli sığortaçıların vergi ödəmə qaydalarını hazırlayaraq sığorta mənbələrinin hərəkətini tənzimləyən effektiv dövlət mexanizminin inkişaf etdirilməsi.
2. Lisenziyanın ayrılması və mövcud nəzarət funksiyalarının formalaşdırılması, eyni zamanda investisiya, sığorta və təkrar sığorta fəaliyyətindən dövlət zəmanətini təmin edən beynəlxalq və milli sığorta ehtiyatlarının yaradılması.
3. Milli sığorta təşkilatlarının maliyyə strategiyasının, planlaşdırma və büdcə sisteminin inkişafı, hesabatların beynəlxalq standartlara əsasən hesablanması və təhlil edilməsi.
4. Beynəlxalq sığorta, həmçinin sığorta nəzarəti təşkilatları ilə davamlı baş verəcək inteqrasiyanın dərinləşdirilməsi üçün tədbirlər görmək.
5. Aqrar sahənin qeyri-neft istiqamətin inkişafı baxımından əhəmiyyətinin böyük olduğundan, aqrar sferaya xas olan risklərin sığortalanmasının inkişaf etdirilməsi.

Nəticə olaraq, iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsinin yüksəlməsi ilə, sığorta şirkətlərində rəqabət mühiti geniş yayılmışdır və sığorta konsepsiyası cəmiyyətdə kök saldığı üçün iqtisadi inkişafı sürətlənir. Sığorta sektoru iqtisadi inkişafın hərəkətverici qüvvəsi olduğuna görə, bir ölkənin inkişaf səviyyəsini müəyyən etmək və ya onun gələcək tendensiyalarını proqnozlaşdırmaq üçün sığorta fəaliyyətinin səviyyəsinə istinad etmək yanlış deyil. Ümumi mikro səviyyədə öz funksiyalarını fərdi və ya iş əsaslı yerinə yetirərkən, milli iqtisadiyyata inkişaf gücünü təmin edən, milli inkişafı motivasiya edən sığorta sektoru, sosial-iqtisadi

zərər və itkiləri azaldır, vergi mənbəyi yaradır, ümumi rifah səviyyəsini artırır və yığımlar vasitəsi ilə fondlar yaradır.

Sığorta sektorunu inkişaf etdirmək və rəqabətə davamlılığını artırmaq üçün, dövlətdə başqa, özəl sektor və firmalar da bu sektora qatqı təmin etməlidir. Sığorta sektoru həyatın əvəzsiz bir hissəsidir ki, bu haqda insanlara çox yaxşı bilgiləndirməli və ictimaiyyət məlumatlandırılmalıdır. Ayrıca sığorta şirkətlərinin də daha şəffaf və dəqiq bir şəkildə işlərini təmin edəcək infrastrukturun yaradılması da lazımdır. Çünki ictimaiyyətdə formalaşmış olan sığorta şirkətlərinin zərərin qarşısını almaq üçün müxtəlif şərtlər qoyduqları aydın olur. Bu halda şirkətlər sözlərini yerinə yetirməlidirlər. İlk əvvəl, sığorta şirkətlərinin satış işçiləri gücləndirilməlidir. Bundan başqa, sığorta əməliyyatlarını düzgün şəkildə tətbiq etməyi bilən sektorun rəqabətə dayanıqlılığını inkişaf etdirmək üçün sektora tətbiq edilməli olan dəyişiklikləri yaxşı bilən, inandırıcı insanlar və təhsilli insanları hədəf auditoriyaya təqdim etməlidir. Təklif olunan məhsulların və xidmətlərin kifayət qədər olmaması öz-özlüyündə bir problemdir. Bu vəziyyətdə yüksək gəlirliliyi olan insanların ehtiyaclarını ödəyən şirkətlər də bazara təklif olunmalıdır. Bundan əlavə, tədqiqatın əsas mövzusu olan sığorta şirkətlərinin resurslarının istifadəsinin əhəmiyyəti vacib olan digər məsələlərdən biridir.

Sığorta şirkətlərində başlıca meyl rəqəmsal tətbiqlərin inkişaf etdirilməsi sayəsində rəqəmsal sığorta şirkətinə çevrilməkdir. Sığorta şirkətləri internetə, sistemin modernləşdirilməsinə, mobil hesablamalara, rəqəmsal müştəri təcrübələrinə və rəqəmsal tətbiqlərdə məlumat təhlili üzərində dayanır. Sığorta sektorunda çox sayda insana çatmağı hədəfləyən digər sektorlara görə informasiya texnologiyasının rolu çox böyükdür.

Nəticə olaraq ölkəmizdə sığorta sektorunun qarşı-qarşıya olduğu çətinliklər və sektorun inkişaf etmiş ölkələrin gerisində nəticələr verməsi bu sahəyə bağlı daha bir çox işin edilməsi lazım olduğunu göstərir. Sektorun rəqabətə davamlılığı ilə bağlı həm hökumət, həm də özəl sektor daha çox analizlər etməsi lazımdır və insanların ehtiyacları nəzərə alınmaqla yeni strateik həll yolları tapılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Ataşov B.X., Ələkbərov Ə.Ə., Xudiyev N.N. “Sığorta işi”. Dərslük. 2018, Bakı: “Kooperasiya” nəşriyyatı, 416 səh.
2. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi “Sığorta Bələdçisi”. 2008, Bakı: “Çaşığolu nəşriyyatı, 40 səh.
3. Azərbaycan Respublikasının “Sığorta fəaliyyəti haqqında” qanunu. 2011, Bakı: “Qanun” nəşriyyatı, 97 səh.
4. Azərbaycan Respublikasının sığorta sahəsini tənzimləyən normativ hüquqi aktları Topplusu. 2012, Bakı: “Qanun” nəşriyyatı, 110 səh.
5. Xankişiyev B.A. “Sığorta fəaliyyətinin əsasları”. Dərs vəsaiti. 2006, Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, 274 səh.
6. Xankişiyev B.A., Abdullayev P.N. “Sığorta işi”. Dərs vəsaiti. 2004, Bakı: “Adiloğlu” nəşriyyatı, 186 səh.
7. Xudiyev N. N. “Sığorta.”. 2003, Bakı: “Azərnəşr”, 450 səh.
8. Xudiyev N. N. “Sığorta işinin təşkili”. 2013, Bakı: “Azərnəşr”, 440 səh.
9. Xudiyev N. N. “Sığortanın əsasları”. Dərs vəsaiti. 2013, Bakı: “Azərnəşr”, 374 səh.
10. Xudiyev N.N. “Sığorta işi: müasir kurs”. Dərslük. 2015, Bakı: “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, 118 səh.
11. Xankişiyev B.A “Sığorta”. Dərs vəsaiti. 2005, Bakı , 242 səh.
12. Novruzov N., Hüseynov X. “Maliyyə”. Dərslük. 2007, Bakı, 165 səh.
13. Məmmədov S. “Maliyyə”. Dərslük.. 1997, Bakı , 246 səh.
14. Həsənli M. X., Mehdiyeva L. T., Həsənova A. İ., Qurbanova T. Q. “Maliyyə”. Dərs vəsaiti. 2006, Bakı: “Bakı Biznes Universitetinin nəşriyyatı”, 168 səh.

Rus dilində

1. Абрамов В. Ю. “Страхование: теория и практика”. 2007, М.: ВолтерсКлувер, 512 с.

2. Агеев Ш.Р. “Страхование: теория, практика и зарубежный опыт”, 2009, 321 с.
3. Адамчук Н. Г., Асабина С. Н., Турбина К. Е. и др. “Теория и практика Страхования”. Учебное пособие. 2003. М.: АНКЛ, 704 с.
4. Александрова Т. Г., Мещерякова О. В. “Коммерческое страхование. Справочник”, 2006, М.: Институт новой экономики, 254с.
5. Болтинова О. В., Грачева Е. Ю. “Правовые основы страхования”. Учебное пособие. 2011, М.: Проспект,. 128 с.
6. Гвозденко А. А. “Страхования. Учебник. Страхование” учеб. 2006, М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 464 с.
7. Гвозденко А. А. “Финансово-экономические методы страхования” Учебник. 1998, М.: Финансы и статистика, 184 с.
8. Жилкина М.С., "Государственное регулирование страхового рынка в зарубежных странах" «Финансовый бизнес» № 1 - 2001 г., с. 13-16.
9. Журавлев Ю. М., Сеперж И. Т. 2002, “Страхование и перестрахование” Москва: страховое общество Анкил”, 185 с
10. Зубец А. Н., Ковалев О. Н. “Влияние экономического кризиса на страховой рынок // Финансы” – 2009, 182 С.
11. Пастухов Б.И. “Современное состояние страхового рынка и пути выхода из кризиса” // Финансы, №10, 2008г., 196 с
12. Сербиновский Б. Ю., Гарькуша В. Н. Страхование дело. 2010, Ростов-н/Д: ЮФУ, 387 с.
13. Сплетунов Ю. А., Дюжиков Е. Ф. “Страхование”. Учеб. пособие. 2006. М.: ИНФРА-М, - 312 с
14. Федорова Т. А. “Страхование” Учебник, 2004, М.: Экономистъ, 875 с.
15. Чернова Г. В. “Страхование” Учебник, 2007, М: ТК Велби, Проспект,. 432 с.
16. Шахов В. В., Ахбледиани Ю.Т. “Страхование” 2011, М.: ЮНИТИ-ДАНА,
17. Шахов В.В. Страхование: “Учебник для вузов” 2013, М.: ЮНИТИ, 311 с.
18. Щербаков В. А., Костяева Е. В. “Страхование”. Учебное пособие. 2007, М.: КНОРУС,. 312 с

Ingilis dilində

1. Bocard, Nicolas ve Legros, Patrick. 2002, “Audit Competition in Insurance Oligopolies”, CEPR Discussion Papers, No: 3478, July.
2. David C.M.Dickson, Mary R.Hardy and Howard R .Waters 2009, “Actuarial Mathematics for life contingent risks”, , 493 p.
3. David J. ve Doherty, Neil A. 2006, “The Economics of Insurance Intermediaries”, The Journal of Risk and Insurance, 73(3), 359-396.
4. Defeo, Giuseppe ve Hindrkis, Jean. 2005, “Efficiency of Competition in Insurance Markets with Adverse Selection”, Discussion Papers Econ – (Département des Sciences Economiques), No: 2005-042, July.
5. Eckardt, Martina ve Rathke-Döppner, Solvig. 2008, “The Quality of Insurance Intermediary Services – Empirical Evidence for Germany”, Gyula University, Anrassy Working Paper Series, No:XXV.
6. Faure, Michael G. “Insurance and Competition Law: Balancing Conflicts”, 2002,Global Issues in Insurance Regulation Conference, London, 17-18
7. Faure, Michael, Van Den Bergh, Roger. 1995, “Restrictions of Competition on Insurance Markets and the Applicability of EC Antitrust Law”, *Kyklos*, 48(1), 65-85.
8. Goel, Rajeev K. “Insurance Intermediaries and Contractual Relations”, 2006, *Applied Financial Economics Letters*, 2(4), 211-215.
9. Hammond, Peter J. 2005 “Efficiently Regulated Competition in Insurance Economies with Adverse Selection”,.
- 10.IDEI (The Institut d'Economie Industrielle) Papers, No: 66.
11. Luhn, Michael. “ Efficiency and Competition in Insurance Markets”, 2009, Doctorate Dissertation, University of St. Gallen, Graduate School of Business Administration, Economics, Law and Social Sciences, Dissertation N3675.
- 12.McDermott R. Improving diabetes care in the primary health care setting: a randomised cluster in the Torres Strait, Australia. September 2000
13. Milo, Melanie S. “State of Competition in the Insurance Industry: Selected Asian

Countries”, 2003,Philippine Institute for Development Studies, Discussion Paper Series

14. Roger S. və Jüttner, D. Johannes. Murat G. “Competition in the General Insurance Industry”, 2002,Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft, 91(3), 453-481.
- 15.Tarimo E, Webster EG. Primary Health Care concepts and challenges in a changing world; Alma Ata revisited. WHO/SHS/CC/94.2
- 16.Tarimo E. Essential health service packages: use, abuse and future directions. Who/Ara, Current Concerns series, December 1997: Comments focus on developing countries
17. Winter, Ralph A., “The Dynamics of Competitive Insurance Markets,” 1994, Journal of Financial Intermediation, 3(4), 379-415.

İnternet mənbələri

1. www.sigorta.maliyye.gov.az
2. www.azerbaians.com
3. www.atasigorta.az
4. www.banco.az
5. www.fins.az
6. www.maliyye.gov.az
7. www.aia.az
8. www.azstat.org
9. <http://e-qanun.az/>
- 10.<http://www.sspf.gov.az/>
- 11.www.kitab.az;
- 12.www.firststeps.az;
- 13.www.abbasov.net;
- 14.www.forum.az;
- 15.www.trend.az;

İstifadə olunan cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1.1: Azərbaycan Respublikasındakı sığorta şirkətləri və yaranma tarixləri	15
Cədvəl 2.1: Sığorta bazarının inkişaf etdiyi ölkələr	33
Cədvəl 2.2: Azərbaycanda müvafiq illər üzrə sığorta bazarının həcmi	37
Cədvəl 2.3: 2018-ci ilin yanvar-dekabr ayları ərzində Azərbaycan sığorta şirkətlərinin sinifləri üzrə hesablanmış sığorta haqları və ödənişlərə dair məlumat	40
Cədvəl 2.4: 2019-cu ilin yanvar ayı üzrə sığorta şirkətkərinin sığorta haqları (min manatla) yığımları və ötən illə müqayisəsi	41
Cədvəl 2.5: 2018-ci ilin 2-ci rübü üçün sığorta şirkətlərinin nizamnamə kapitalı	42
Cədvəl 2.6: Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin işçi sayı və əməkdaş sayı	44
Cədvəl 2.7: Gəlirinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi	46
Cədvəl 2.8: Aktivlərinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi	47
Cədvəl 2.9: Azərbaycanda ödənişlərinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi	48
Cədvəl 2.10: Azərbaycanda mənfəətinə görə sığorta şirkətlərinin reytingi	49

İstifadə olunan diaqramların siyahısı

Diaqram 2.1: Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin mediya reytingi	50
--	----