

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“SİĞORTA BAZARININ RƏQƏMSALLAŞDIRILMASI: DÜNYA
TƏCRÜBƏSİ VƏ ONUN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Qurbanova Maxış Nofər qızı

BAKI - 2021

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

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh oğlu

_____ **imza**
“ _____ ” _____ **2021-ci il**

“SİĞORTA BAZARININ RƏQƏMSALLAŞDIRILMASI: DÜNYA
TƏCRÜBƏSİ VƏ ONUN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060403- Maliyyə

İxtisaslaşma: Sığorta işinin təşkili

Qrup: 624

Magistrant:

Qurbanova Məxiş Nofər qızı

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

h.ü.f.d., Abbasbəyli Mustafa Aslan oğlu

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d., Vəliyev Cəbrayıl Xəlil oğlu

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakəşi oğlu

_____ **imza**

BAKİ – 2021

Elm andı

Mən, Qurbanova Maxış Nofər qızı and içirəm ki, “Sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılması: Dünya təcrübəsi və onun Azərbaycanda tətbiqi imkanları” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

SİĞORTA BAZARININ RƏQƏMSALLAŞDIRILMASI: DÜNYA TƏCRÜBƏSİ VƏ ONUN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: İqtisadi sistemin bütün həlqələrində texnoloji yeniliklərin tətbiqi iqtisadi münasibətlərin rəqəmsal sferada sürətli inkişafına səbəb olmuşdur. Azərbaycan sığorta bazarındakı şirkətlərin təqdim edilən sığorta xidmətlərinin dövrün tələbinə uyğun təkmilləşdirilməsində beynəlxalq təcrübədən yararlanması və rəqəmsal xidmətlərin keyfiyyətinin artırılması istiqamətində həyata keçirməli olduğu tədbirlərin və beynəlxalq tədqiqat mərkəzlərinin hesabatlarının öyrənilərək ölkə xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla tətbiqinin zəruriliyi tədqiqatın aktuallığını artırmışdır.

Tədqiqatın məqsədi: İqtisadi vəziyyətin dəyişkənliyi şəraitində sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılmasının müvafiq xüsusiyyətlərinin, beynəlxalq sığorta bazarında mövcud olan rəqəmsal texnologiyaların istifadəsinin, onların Azərbaycan sığorta bazarında tətbiqi imkanlarının müəyyənlişdirilməsidir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Mürəkkəb sistemlərin bütün baş xassələrini və onların qarşılıqlı əlaqələrini nəzərə alan sistemli yanaşma metodu.

Tədqiqatın informasiya bazası: Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankının, Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasının rəsmi saytları, "S&P" beynəlxalq reyting agentliyinin, "Mckinsey" beynəlxalq təhlil şirkətinin, Asiya İnkişaf Bankının Azərbaycan üzrə müvafiq hesabatlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Təhlilin əhatəli olmasına xidmət edən məlumatların, Azərbaycan sığorta şirkətlərinin sığorta xidmətlərinin təqdim edilməsi zamanı rəqəmsal texnologiyalardan istifadənin vəziyyəti ilə əlaqədar göstəricilərinin olmaması, rəqəmsal xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlı məlumat bazasının zəif olması.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Sığorta bazarında rəqəmsallaşmanın beynəlxalq xüsusiyyətləri öyrənilmiş və Azərbaycanda rəqəmsal sığorta xidmətlərinin təqdim edilməsinin xüsusiyyətləri göstərilmişdir.

Nəticələrin istifadə olunma biləcəyi sahələr: Təhlil əsasında formalaşan təklif və tövsiyələrin gələcəkdə Azərbaycan sığorta şirkətləri tərəfindən həyata keçiriləcək iqtisadi siyasətdə nəzərə alınması kiber risklərin qiymətləndirilməsi sahəsində əhəmiyyətli ola bilər. Həmçinin bu rəqəmsal maliyyə siyasətinin inkişafı üçün xüsusi zəruridir.

Açar sözlər: süni intellekt, kiber risk, rəqəmsal xidmət.

**DIGITALIZATION OF THE INSURANCE MARKET: WORLD EXPERIENCE AND
ITS IMPLEMENTATION POSSIBILITIES IN AZERBAIJAN
SUMMARY**

The actuality of the subject:The urgency of the study has been increased by the need to use international experience in improving the insurance services provided by companies in the Azerbaijani insurance market and to take measures to improve the quality of digital services and to study and apply the reports of foreign companies and international research centers.

Purpose and tasks of the research: To determine the relevant features of the digitalization of the insurance market in the context of changing economic conditions, the use of digital technologies available in the international insurance market.

Used research methods:A systematic approach that takes into account all the main properties of complex systems and their interrelationships.

The information base of the research: Official sites of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan, the Azerbaijan Insurers Association and also relevant reports of the international rating agency S&P, the international analytical company McKinsey, the Asian Development Bank on Azerbaijan were used.

Restrictions of research: Lack of data to make the analysis comprehensive.

The novelty and practical results of investigation:International features of digitalization in the insurance market have been studied.

Scientific-practical significance of results: Taking into account the proposals and recommendations formed on the basis of the analysis in the economic policy to be implemented by Azerbaijani insurance companies in the future may be important in the field of cyber risk assessment.

Keywords: *artificial intelligence, cyber risk, digital services.*

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
B2B	Business-to-Business
ƏDV	Əlavə dəyər vergisi
GSMA	Global System for Mobile Communications Association
İKT	İnformasiya-Kommunikasiya Texnologiyaları
İot	İnternet of things
İT	İnformasiya Texnologiyaları
P2P	Peer-to-Peer
PwC	PricewaterhouseCoopers
SaaS	Software as a Service

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. RƏQƏMSAL SİĞORTA - SİĞORTA BAZARININ YENİ TƏZAHÜRÜ KİMİ	12
1.1. Rəqəmsal sığorta bazarının tədqiqinə nəzəri yanaşmalar.....	12
1.2. Rəqəmsal iqtisadiyyat əsrində sığorta: problemlər və perspektivlər	19
1.3. Sığorta bazarının rəqəmsal gələcəyi.....	25
II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA RƏQƏMSAL SİĞORTA BAZARININ İNKİŞAFI	33
2.1. Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşması.....	33
2.2. Rəqəmsallaşma amillərinə görə rəqabət: yeni texnologiyaların sığorta bazarına təsiri.....	40
2.3. Sığorta bazarının rəqəmsallaşma göstəricilərinin təhlili.....	47
III FƏSİL. RƏQƏMSAL SİĞORTANIN AZƏRBAYCANDA İNKİŞAF TENDENSİYALARI.....	53
3.1. Azərbaycanda rəqəmsal sığorta bazarının cari vəziyyəti və təkmilləşdirmə yolları.....	53
3.2. Sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılmasında dövlət siyasəti	60
3.3. Dünya təcrübəsinin tədqiqi və Azərbaycanda tətbiqi.....	69
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	76
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	78
Cədvəllərin siyahısı.....	83
Şəkillərin siyahısı.....	83
Sxemlərin siyahısı.....	83
Qrafiklərin siyahısı.....	84

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Son illərdə bəşəriyyət qlobal və kardinal dəyişikliklər yoluna qədəm qoydu. Post-sənaye dövrü inkişaf tariximizdə yeni mərhələ-rəqəmsallaşma ilə tədricən insan həyatından uzaqlaşdırılmaqdadır. Cəmiyyət idarəetmə üçün yeni yanaşmalar tələb edən çox sayda məlumatla qarşılaşır. Sosial-iqtisadi formasiyalar-ibtidai icma sistemi, köləlik, feodalizm, sənaye öncəsi cəmiyyət, sənayeləşmə və nəhayət post-sənayeləşmə bəşəriyyətin inkişaf mərhələsində qarşılaşdığı mərhələlərdir. Bu formasiyaların hər birinə keçid yeni yanaşmalar tələb etdiyi kimi, rəqəmsallaşdırma üçün də yeni yanaşmalar istisna deyil.

Digər dövlətlərdə olduğu kimi, Azərbaycanda da “postneft” dövründə yeni iqtisadiyyatın əsas xammalı informasiyadır. Yeri gəlmişkən, artıq adi hala çevrilmiş “informasiya yeni neftdir” ifadəsi bizim üçün xüsusilə aktual səslənir. Əsas odur ki, bugün cəmiyyətdə və yaşadığımız dövrdə informasiyanın mənası və dəyəri barədə müvafiq nümunə COVID-19 ilə bağlı yaranmış vəziyyətin doğurduğu bir şəraitdə özünü bir daha sübut edir. Burada vurğulamaq vacibdir ki, rəqəmsallaşdırma mərhələsinə keçidə sıçrayış etmək üçün hər bir dövlət quruluşu öz sistemlərini müvafiq standartlara uyğun şəkildə qurmalı və bu sahədə mütərəqqi qanunvericiliyə əsaslanaraq, iqtisadiyyatın bütün sahələrinin, həmçinin sığortanın rəqəmsallaşdırılması məsələsinə çox diqqət yetirməlidir.

Sığorta da daxil olmaqla, biznes üçün həm ön ofisi, həm də arxa ofisi rəqəmsallaşdırmaq bir uğur, ən şiddətli rəqabətdəki qələbə məramıdır. Artıq bugün üstünlük müxtəlif istehlakçı kateqoriyasına ən qısa müddətdə, ən əlverişli formada və ən sərfəli qiymətə daha geniş və diqqət mərkəzli xidmətlər dəsti təklif edən şirkət tərəfindən qazanılır. Müştəri ehtiyaclarına yönələrək bazarı idarə etmək bacarığı şirkətin kommersiya rifahını və uzunömürlülüyünü təmin edir. Biznesdə ən müasir inkişaf və kəşflərdən istifadə etmək bir dəb deyil, bir tələbdir. Rəqəmsal amilin rolunu qiymətləndirməyənlər müasir dövrdə davamlı şəkildə inkişaf edən bütün proseslərdən əbədi olaraq kənardə qalmaq təhlükəsini göz önünə almalıdırlar.

Sığorta şirkətləri hazırda rəqəmsal transformasiya prosesinin aktiv mərhələsindədir. Uğurlu tətbiqi üçün İT bloku aparıcı rol oynamalıdır, çünki rəqəmsal çevrilmə yalnız güclü, proaktiv və effektiv bir İT xidməti ilə mümkündür.

Risqlərin qiymətləndirilməsi, sığorta bazarlarının təhlili, müxtəlif sığorta növlərinin öyrənilməsi, sığorta ilə dövlət siyasəti arasındakı əlaqə, bütün sığorta xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılması, sığorta sənayesi üçün kadr hazırlığı - bunların hamısı bugün çox vacibdir və prioritet tədqiqat sahələrindən biridir.

Təqdim olunan dissertasiya işi də məhz sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılması problemlərinin tədqiqinə həsr olunmuşdur. Mövzunun aktuallığı rəqəmsal iqtisadiyyatda sığortanın xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməyə, habelə yerli və xarici sığorta bazarında yeni rəqəmsal texnologiyaların praktik tətbiqini qiymətləndirməyə olan tələbatla izah olunur.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:“Azərbaycanda maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji yol xəritəsi”ndə sığorta sahəsinin inkişaf etdirilməsi ilə əlaqədar məqamlar qeyd edilmişdir. Sığorta sektorunun ölkə ÜDM-nə nisbətinin 0.8%-nə yaxın olması bu sahənin inkişaf etdirilməsinin vacibliyini göstərir. Sığorta sahəsinin inkişaf etdirilməsi, aşağı məbləğli sığorta məhsullarının olması sığorta bazarının genişlənməsinə, aşağı gəlirli insanların da sığorta vasitəsi ilə təminat əldə etməsinə, iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi baxımından önəmli məqam daşıyır. Həmçinin, sığorta vasitəsi ilə insanlar tibbi xidmətlərdən də yararlanırlar. Mövcud iqtisadi ədəbiyyatlarla və elmi mənbələrlə (elmi nəşrlər, məqalə və monoqrafiyalar və s.) tanışlıq göstərir ki, Azərbaycan Respublikasında sığorta fəaliyyətinin ümumi nəzəriyyəsi və qanunauyğunluqlarını, həmçinin milli sığorta bazarının inkişaf etdirilməsinə dair müxtəlif fikirləri milli iqtisadçılarımızdan B.A.Xankişiyev, M.X.Həsənlı, Ə.Ə.Ələkbərov, D.A.Bağirov, N.N.Xudiyev, A.M.Kərimov və başqaları öz elmi tədqiqatlarında tədqiq etmiş və müvafiq araşdırmalar aparmışlar.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:Tədqiqatda məqsəd iqtisadiyyatın mühüm sahələrindən biri olan sığortanın rəqəmsallaşdırılması və bu prosesin həyata keçirilməsində qarşıya çıxan problemlərin tədqiqi, dünya ölkələrinin təcrübəsinin araşdırılması, Azərbaycan iqtisadiyyatında sığortanın rolu və mövqeyinin, həmçinin iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması kontekstində sığorta kateqoriyasındakı dəyişikliklərin nəzəri əsaslandırılması və Azərbaycan sığorta bazarında rəqəmsal texnologiyaların praktik tətbiqinin öyrənilməsidir.

Tədqiqatın obyektı və predmeti:Tədqiqatın obyektı rəqəmsal iqtisadiyyat şərtləri daxilində dünyada fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri, tədqiqatın predmeti isə sığorta və sığorta fəaliyyətləri, onların müqayisəli təhlili, sığorta təşkilatlarının infrastrukturunda rəqəmsallaşma alətlərinin tətbiqi imkanlarının araşdırılmasıdır.

Tədqiqat metodları:Dissertasiya işinin yerinə yetirilməsi zamanı seçilmiş ədəbiyyatların məzmunu araşdırılmışdır, empirik (müşahidə, müqayisə, ekspert qiymətləndirməsi və təhlil), nəzəri (formallaşdırma), məntiqi (deduksiya, induksiya) metodlarından, həmçinin təsnifat və tətbiqi müşahidə üsullarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası:Tədqiqatın informasiya bazasını müvafiq bibliografik mənbələr və yerli sığorta şirkətlərinin fəaliyyəti şərh edilən internet resursları, habelə sığorta fəaliyyəti üzrə uyğun normativ hüquqi sənədlər təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Ayrı-ayrı sığorta şirkətlərinin elektron qaydada müraciətlərə cavab verməməsi və ya verilən cavablarda rəqəmsallaşma ilə əlaqədar informasiyaların təqdim edilməməsi təhlilin tam əhatəli olmasına imkan verməmişdir. Həmçinin, sığorta bazarı ilə bağlı Mərkəzi Bankın açıqladığı məlumatların ümumi xarakter daşması, şirkətlərin hesabatlarında rəqəmsallaşma ilə bağlı göstəricilərin çatışmazlığı tədqiqatın təhlil hissəsində ümumi analitik təhlilə üstünlük verməyə səbəb olmuşdur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi:Rəqəmsal sığortanın nəzəri tərifı verilmiş və rəqəmsal sığortaya ikili yanaşma tədqiq edilmişdir, xüsusi rəqəmsal risklərin sığortası və yeni rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə əlaqələndirilmişdir. Sığorta

fəaliyyətinin rəqəmsallaşdırılma göstəriciləri, xüsusən rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi və nüfuz etmə göstəriciləri tədqiq olunmuş və sığorta şirkətlərinin biznes prosesləri üçün yeni rəqəmsal texnologiyalara olan tələbatına dair müvafiq araşdırmalar aparılmışdır. Rəqəmsal risklər təsnif edilmiş, kiberrisiklərin tətbiqi xüsusiyyətləri, süni intellekt və İoT riskləri göstərilmişdir. Yaxın gələcəkdə sığortaçılar tərəfindən rəqəmsal texnologiyalardan istifadə perspektivləri qiymətləndirilmiş və dünya təcrübəsi öyrənilməklə, Azərbaycanda sığorta bazarının cari vəziyyəti və təkmilləşdirmə yolları tədqiq olunmuşdur.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqatın nəticələri sığorta şirkətləri tərəfindən rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi baxımından və strateji planlaşdırma prosesində rəqabət mühitini və sığorta bazarının rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşmasında iştirak perspektivlərini qiymətləndirmək üçün istifadə edilə bilər.

I FƏSİL. RƏQƏMSAL SİĞORTA - SİĞORTA BAZARININ YENİ TƏZAHÜRÜ KİMİ

1.1. Rəqəmsal sığorta bazarının tədqiqinə nəzəri yanaşmalar

Sığorta işi bir çox fərqli yollarla sosial-iqtisadi dəyişikliklərə uğrayır. Bir tərəfdən, cəmiyyətdəki və iqtisadiyyatdakı yeni inkişaf tendensiyaları sığortaya olan tələbətəsir edir. Şəhərləşmə, fərdiləşdirmə və yaşlanan cəmiyyət kimi meqatrendlər sığorta şirkətlərinin müştəri bazarlarında müxtəlif dinamikalar yaradır. Həmçinin, iqlim dəyişikliyi, iqtisadi qeyri-sabitlik və siyasi iğtişaşlar kimi müxtəlif amillər riskin necə hesablandığına dair dəyişiklikləri həyata keçirməyi yenidən tələb edir. Digər tərəfdən, sığorta şirkətləri özləri gündəlik fəaliyyətlərinə təsir göstərən daha böyük sosial-iqtisadi strukturların bir hissəsi kimi çıxış edir. Onlar maliyyə resurslarına qənaət məqsədilə ixtisaslı kadrlara, müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarına ehtiyac duyurlar. Bu səbəbdən sosial-iqtisadi dəyişiklik sığorta şirkətlərinin fəaliyyətinə təsir göstərir. Bu mənada sığorta işinin ümumilikdə xarici iqtisadi əlaqələrindən və sosial-iqtisadi dəyişikliyə daxili əlaqələrindən danışmaq lazımdır. Birincisi bazarlar, müştərilər və təkliflər, ikincisi biznes əməliyyatları, idarəetmə və nəzarətlə əlaqəlidir.

Sosial-iqtisadi dəyişikliyin bir çox səbəbləri arasında rəqəmsal texnologiya, xüsusilə, vacib rol oynayır. Son zamanlarda güclü, miniatür işləyən prosessorlar, sensorlar və aktivatorlarla təchiz edilmiş mobil, bir-birinə bağlı cihazlar gündəlik həyatın bütün həlqələrində sıx yayılmışdır. Növbəti illərdə insan həyatına daha çox nüfuz edəcək, bazar iştirakçılarını məlumatlandırmaq, qərar qəbul etməyi dəstəkləmək və davranış qaydalarını təhlil etmək, eləcə də informasiya toplamaq məqsədilə yeni yollar tapmaqda böyük potensial yaradacaq.

Ümumiyyətlə, sığorta bazarında formalaşan rəqəmsal münasibətlər yeni tipli biznes strukturlarının sahibkarlıq risklərinin aradan qaldırılmasına, o cümlədən müxtəlif mənşəli amillərin təsiri ilə yaranan risklərin mənfi nəticələrini dərhal və səmərəli şəkildə aradan qaldırmaq və ya bərpasını təşkil etmək məqsədilə istifadə edilə bilər. Biznes subyektləri tərəfindən sığorta şirkətlərinə ödənişlərin həcmiminin

artması həm sığorta bazarında aktivliyi artırır, həm də sığorta şirkətlərinin maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşması biznes subyektlərinə dəymiş zərərin tam ödənməsi ilə təkrar və geniş təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyini davam etdirməyə imkan verir (Əhmədov S.T. 2018: s.207-212).

Eyni zamanda, mövcud İT infrastrukturuları vahid platformaya əsaslanan qarşılıqlı əlaqə və sistemli dəyər yaratma yolu ilə yeniliyə səbəb ola biləcək yeni ticarət formalarına imkan yaradır. Bu dəyişikliklər sığorta şirkətlərinin rəqəmsal sığortanın yeni bir mərhələsinə qədəm qoyması üçün imkanlar yaradır.

Sığorta sənayesində yenilik üçün rəqəmsal texnologiyanın potensialı böyükdür. Bu, onlayn marketinq və satış fəaliyyətinin yeni formalarının həyata keçirilməsini, yeni biznes modellərinin və dəyər yaradılması proseslərinin yaranmasını və sığorta şirkətlərinin daha çevik təşkilatlara çevrilməsini əhatə edir.

Mərkəzləşdirilmiş verilənlər bazalarından istifadə və potensial sığortaçıların və sığorta obyektlərinin böyük əksəriyyəti haqqında məlumatın əldə edilməsi də sığorta sənayesində texnoloji quruluşun əvəzlənməsinə və yeni sığorta xidmətlərinin formalaşmasına səbəb olur.

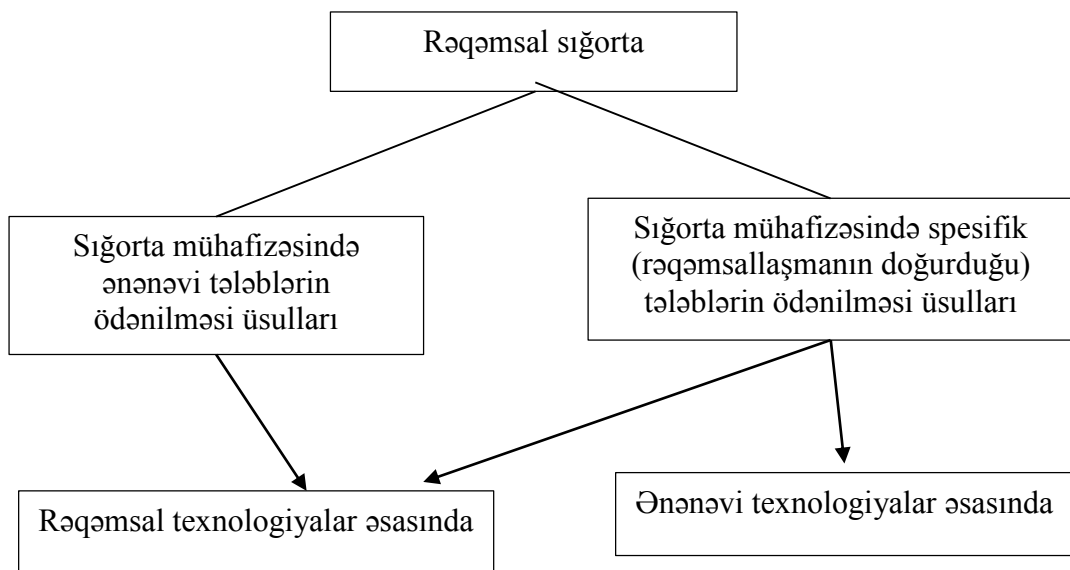
Sığortanın yerini və rolunu müəyyənləşdirmək üçün rəqəmsal iqtisadiyyatda “rəqəmsal sığorta” anlayışının iki nöqtəyi-nəzərdən nəzəri əsaslandırılması zəruri hesab edilə bilər. Birincisi, rəqəmsal sığorta təşkilatların və vətəndaşların sığorta maraqlarının mövcudluğu və rəqəmsal texnologiyalardan məmnun qalmaları ilə şərtlənən iqtisadi münasibətlərin bir hissəsi deməkdir.

İkincisi, inkişaf etməkdə olan rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində formalaşan rəqəmsal texnologiyaların fəal inkişafı 1990-cı illərdən başlayaraq yeni bir riskin - kiberrisiklərin, habelə elmi tədqiqatlar zamanı yarana biləcək digər risklərin ortaya çıxmasına səbəb olur(Шепелин Г. И, 2017: стр.24). Rəqəmsal iqtisadiyyatın risklərinin bir qismi sığorta mexanizmlərinin istifadəsi ilə minimuma endirilir. Bu səbəbdən rəqəmsal sığorta, əsasən rəqəmsal iqtisadiyyatda baş verən təsadüfi mənfi hadisələr və iqtisadi münasibətlərin həyata keçirilməsi üçün maddi əsas olan texnoloji avadanlıqların istifadəsi nəticəsində yaranmış spesifik sığorta təminatında

sığortalanmışların ehtiyaclarını ödəmə üsulu kimi başa düşülür. Əvvəllər bu sığorta xidmətləri elektron ticarət sığortası, kiberrisiklərin sığortası, elektron və kompüter cinayətlərindən sığorta və s. adlanırdı, lakin “rəqəmsal sığorta” termini onları birləşdirə bilər (Цыганов А. А. Грызенкова Ю. В., Быстров А. В., 2004: стр.65). Bənzər proseslər artıq sığorta bazarında baş verib, məsələn, telefonların sığortası indi müstəqil bir sığorta məhsulu kimi deyil, əmlak sığortasına əlavə olaraq qəbul edilən elektron avadanlıqlar üçün, sığortanın sonrakı inkişafı üçün əsas oldu.

Beləliklə, rəqəmsal sığorta anlayışının tərfi və təyini problemi onun ikiliyindədir (sxem 1). Bir tərəfdən, rəqəmsal sığorta rəqəmsal iqtisadiyyat tərəfindən yaradılır, digər tərəfdən, sığorta təşkilatı tərəfindən üzvi şəkildə tətbiq olunan rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə onun tərkib hissəsidir. Buna görə rəqəmsal sığorta rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə ənənəvi və ya spesifik (rəqəmsallaşdırma ilə yaradılan) sığorta əhatə ehtiyaclarını ödəmənin bir yoludur. Eyni zamanda, sığorta şirkətləri tərəfindən rəqəmsal texnologiyalardan istifadə edərək, sığorta fəaliyyətinin həyata keçirilməsi bizim tərəfimizdən sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılması kimi müəyyən edilir.

Sxem 1: Rəqəmsal sığortaya ikili yanaşma



Mənbə: Василенко Н. В., Линьков А. Я., 2017

Hazırda sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılmasının əsas istiqamətləri olaraq, rəqəmsal iqtisadiyyatın artıq qurulmuş terminologiyası çərçivəsində internetləşmə, rəqəmsallaşma kimi müəyyənləşdirilə bilən və xarakteristikaları sığorta fəaliyyətinin rəqəmsallaşdırılması və fərdiləşdirilməsi cədvəlində verilmiş bir neçə fenomen var (cədvəl 1).

Cədvəl 1: Sığorta bazarının rəqəmsallaşmasının əsas istiqamətlərinin xarakteristikası

İstiqamət	Təyinat	Tətbiq olunan rəqəmsal texnologiyalar	Sığortalananların üstünlük auditoriyası
İnternetləşdirmə	Sığorta şirkətinin biznes-proseslərində İnternetdən istifadə	Yeni istehsal texnologiyaları, simsiz rabitə texnologiyaları, bulud texnologiyaları	Xarici- sığortaçılar; Daxili- işçilər, sığorta agentləri
Fərdiləşmə	Sığorta obyektinə və sığortalayanla bağlı maksimal geniş verilənlər yığımının alınması əsasında sığorta üzrə tarifə, risklərə və digər şərtlərə görə fərdi təkliflərin işlənilməsi	Böyük verilənlər, yeni istehsal texnologiyaları, simsiz rabitə texnologiyaları	Xarici - potensial sığortaçılar
Rəqəmsallaşma	Sığortaçının biznes-proseslərində rəqəmsal texnologiyalardan istifadə	Yeni istehsal texnologiyaları, simsiz rabitə texnologiyaları	Daxili- işçilər, xarici- sığortalayanlar

Mənbə: Цыганов А.А., Грызенкова Ю.В., Быстров А.В. (2004), “Организация интернет-страхования: учеб. Пособие”. М.: Изд. центр ГУУ, 78 стр.

Əslində rəqəmsal dəyişiklik sığorta şirkətlərinin işində müştəri təkliflərindən tutmuş daxili proseslərə qədər demək olar ki, hər sahəni əhatə edir. Dəyişikliklərin genişliyini və sürətini nəzərə alsaq, yalnız çevik reaksiya sığortaçının sürətlə dəyişən bu mühitə davamlı olaraq uyğunlaşmasını və yenidən formalaşmasını təmin edə bilər. Rəqəmsal əməyin tətbiqi bu səylərin mərkəzindədir. Əsas texnologiyaları, süni intellekti, proqramlaşdırmanı öyrənmək həm xərcləri düzgün idarə etmək,

səmərəliliyi artırmaq, həmçinin də rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün istifadə edilməlidir.

Rəqəmsal sığorta rəqəmsal texnologiyanın tətbiqi yolu ilə sığorta və əlaqədar maliyyə xidmətlərinin göstərilməsinə və istifadəsinə aiddir. Texnologiyanın əhatə dairəsi sığorta xidmətlərinin istehlakı və ya şəxsi sərmayələrin qazanılması, sığorta bazarında siyasətin və istehlakçı tələblərinin idarə edilməsi, eləcə də fərdi məlumatlara daxil olmaq üçün əməliyyatları əhatə edə bilər (NicolettiB., 2016).

Rəqəmsal sığortaya geniş çeşidli xidmətlər daxildir. Bu xidmətlər konseptual baxımdan aşağıdakı kimi təsnif edilə bilər(Tiwari R., Buse S., 2007: p156):

- informasiya;
- mühasibat xidmətləri;
- vasitəçilik xidmətləri;
- dəstək xidmətləri.

İnformasiya xidmətləri məlumat xarakteri daşıyan əməliyyatlara əsaslanan xidmətlərə aiddir. Bu proqram tipli kateqoriyalara bölünə bilər:

1. Təkliflər;
2. Siyasət;
3. Bazar məlumatları.

Mühasibat xidmətləri pul əməliyyatları ilə əlaqəli fəaliyyətlərə aiddir. Vasitəçilik xidmətləri sığorta fəaliyyətilə əlaqəli vasitəçi xidmətlərinə aiddir. Dəstək xidmətləri isə bir hesab sahibinin hesabını qorumaq üçün həyata keçirdiyi fəaliyyətlərə aiddir.

Elmi iqtisadi ədəbiyyatda rəqəmsal iqtisadiyyatda sığorta bazarının inkişafının öyrənilməsi hələ də epizodik olaraq qalır. Xarici analitik ədəbiyyatda müntəzəm bazar araşdırmalarının nəticələri və praktik nəticələr təsvir edilmişdir. Deloitte, Accenture, PwC tərəfindən hazırlanan nəşr olunmuş tədqiqatlar dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində sığorta işinin rəqəmsallaşma problemlərini və perspektivlərini göstərir, ənənəvi sığorta biznesi üçün əsas tendensiyaları, riskləri və təhdidləri,

sığorta sektorundakı, əmək bazarındakı dəyişiklikləri vurğulayır (Agarwal R., Lucas H.C., 2005: p.290).

Azərbaycan sığorta bazarı üçün oxşar araşdırmalar aparmaq və aparıcı sığorta şirkətlərinin nümayəndələri ilə bazar araşdırması məlumatlarını təhlil etmək məqsədəuyğun görünür.

İnkişaf etmiş rəqəmsal texnologiyaların sığorta bazarına mümkün təsirləri üzərində ilk işlərdən biri, əsasən, yeni onlayn yayım kanalları ilə, xüsusən də sığorta agentləri, müştəriyönümlü və sığorta bazarındakı tənzimləmə ilə əlaqəli nəticələrlə əlaqəli olmuşdur. (Dumm R. E., Hoyt R. E., 2003: p38).

Şirkətlərdəki köhnə məlumat emalı sistemləri, əsasən, səmərəliliyi artırmaq üçün bir vasitə kimi görülsə də, daha çox şəffaflıq və müqayisə, aşağı əməliyyat xərcləri və onlayn platformaların daha geniş yayılması sayəsində yeni nəsil rəqəmsal texnologiyanın bazar dinamikasını və rəqabəti artıracağı gözlənilirdi. Nəticə etibarilə, digər maliyyə xidmətləri ilə yaxınlaşma imkanları və müxtəlif sığorta modellərinə təsirləri ilə xarakterizə olunur (Seog S. H., 2009).

Bəzi tədqiqatçılar sığorta bazarındakı rəqəmsal transformasiya ilə əlaqəli mövcud ədəbiyyata ümumi baxış verirlər (Lehmann M., 2018: p.359-396).

Tədqiqat istiqamətlərinə süni intellekt, böyük məlumatlar, İot, blokçeyn, bulud hesablama texnologiyası, mobil cihazlar və müxtəlif onlayn proqramlar daxildir. Rəqəmsal texnologiyanın təsirinin təcrid olunmuş alt kateqoriyalarda nəzərə alınmayacağı üzə çıxır (Nicoletti B., 2016: p.289).

Rəqəmsal yenilik üçün fürsətlər dəyər zəncirinin müxtəlif addımlarını əhatə edir və eyni zamanda sığorta xidmətlərinin təkliflərinin quruluşuna və istinad obyektlərinə təsir göstərir (Kelvin Leong., Anna Sung, 2018).

Ticarət əməliyyatlarını dəstəkləmək üçün daxili yönümlü texniki həllər ilə müştərinin qarşılıqlı əlaqəsi üçün xaricə yönəlmiş həllər arasındakı fərq artıq təmin edilə bilməz. İnnovasiya üçün, rəqəmsal texnologiyanın bütün potensialını əldə etmək üçün sığorta şirkətləri bütün daxili və xarici fəaliyyətlərini əhatə edən hərtərəfli bir yanaşma ortaya qoymalıdırlar. Bu səbəbdən, strateji rəqəmsal çevrilmə

proqramlarını rəqəmsal göstəricilərdən əlavə heç bir nəticə vermədən ayırmaq üçün əlavə kriteriyaların nəzərdən keçirilməsinə ehtiyac var(Skog D, A., 2018: p.6).

Şirkətlərdə sadəcə rəqəmsallaşmadan danışılması rəqəmsal fəaliyyətin gündəmdə olması demək deyil. Rəqəmsal gündəmlər texnologiya üçün tətbiqetmə kontekstini təyin edən şirkət daxilindəki xüsusi əməliyyatlarla əlaqəli olmalıdır. Sığorta şirkətlərinin göstərdiyi xidmətlərin rəqəmsal transformasiyasına dair ədəbiyyata əsaslanaraq daxili və xarici istinadları ayırd etmək lazımdır. Hər iki həll eyni vaxtda düşünülürsə, rəqəmsal yeniliyi təşviq edəcəyi və şirkətlərə bazarda rəqabət üstünlüyü qazandıracağı gözlənilən ümumi bir rəqəmsal gündəmdən bəhs edilə bilər. Bu düşüncəni “bir şirkətdə geniş bir rəqəmsal gündəmə sahib olmaq onun biznes fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir” tipli fərziyyə ilə ifadə etmək olar.

Azərbaycan iqtisadçı alimləri də ölkə iqtisadiyyatında baş verən rəqəmsallaşma tendensiyasına həsr edilən tədqiqatlar aparmış və inkişaf yönümlü nəticələr əldə etmişlər. Belə ki, onlardan bəziləri qeyd edir ki, “Bu gün ölkəmizin milli sığorta şirkətləri maliyyə sisteminin ən aktiv elementləri olaraq maliyyə bazarlarının yeni çağırışlarına cavab verməli, yeni məkanlar və texnologiyalar əldə etməlidirlər. Çünki, müasir dövrdə maliyyə xidmətləri getdikcə rəqəmsallaşır, başqa sözlə oflayndan onlayna keçid edir. Rəqəmsallaşmağa, texnologiyalaşmağa istiqamətlənmiş bu proseslərdən sığorta sistemi heç bir halda geri qala bilməz”(Ələkbərov Ə., Xudiyev N. 2017: s.3).

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal iqtisadiyyatda sığorta bazarındakı transformasiya proseslərini sığorta nəzəriyyəsi kontekstində araşdıran, yeni rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi üçün sığorta bazarını hərtərəfli qiymətləndirən araşdırmalar yoxdur. Rəqəmsal iqtisadiyyatda sığortanın və sığorta bazarının transformasiyası məsələsinin kifayət qədər nəzəri tədqiqi, işlərin vəziyyətini öyrənmək və sığorta şirkətləri tərəfindən yeni rəqəmsal texnologiyalardan istifadə perspektivləri bu elmi araşdırmanın aktuallığını yüksəldir.

1.2. Rəqəmsal iqtisadiyyat əsrində sığorta: problemlər və perspektivlər

Müxtəlif səviyyələrdə rəqəmsal iqtisadiyyatın tədqiqi onun yalnız inkişaf səviyyəsini texnoloji göstəricilərinə əsaslanaraq dəyərləndirərkən çoxsaylı aspektləri də nəzərə almalıdırlar. Çünki, dəyişən texnoloji və iqtisadi mühitdə rəqəmsal texnologiyaların transformasiyası sürətli hal alır. Ona görə də rəqəmsal texnologiyaları izləmək onların sayının çox olması səbəbindən çətinlikdir. Digər bir çətinlik isə iqtisadi sistemə hər bir texnoloji yeniliyin əlavə dəyər və fərqlilik gətirməsi iqtisadiyyatın rəqəmsal ölçülməsini çətinləşdirir. İqtisadiyyatın rəqəmsal sayıla biləcəyi texnoloji miqyasda nöqtənin tapılmasının ölçülməsi və bununla əlaqəli mürəkkəbliyi rəqəmsal iqtisadiyyatın məqbul bir tərifinin formalaşdırılması problemlərindən biridir.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsində texnoloji amillərin üstün mövqeyi ilə əlaqədar müxtəlif fikirlər mövcuddur. Texnoloji faktorların sosial həyatın bir hissəsi kimi qəbul edilməsi isə ümumi qəbul edilən faktır. Müasir rəqəmsal texnologiyalara əsaslanaraq formalaşan sosial-iqtisadi əlaqələrin izahına fərqli yanaşmalar dərinlən öyrənilməlidir (Semyachkov K.A. 2017: s.5).

Qeyd etmək lazımdır ki, “rəqəmsal iqtisadiyyat”, “rəqəmsal transformasiya”, “rəqəmsal platforma” kimi əsas anlayışların mahiyyətinin dəqiq müəyyənləşdirilməsi rəqəmsal xidmətlərin istehlak mədəniyyətinin formalaşmasına kömək edəcəkdir. Xüsusilə, vurğulamalıyıq ki, “rəqəmsal iqtisadiyyat” ifadəsinin dünyada konkret izahı yoxdur və buna müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Sığortaçıların əsas vəzifəsi rəqəmsal bazar iştirakçılarının işini asanlaşdırmaq üçün terminoloji aparatı, konseptual bazanı hərtərəfli şəkildə anlamaqdır.

Eyni zamanda, rəqəmsal iqtisadiyyat rəqəmsal sığorta konsepsiyasına ikili yanaşma ilə ifadə olunan yeni məzmun gətirmişdir.

İlk növbədə, rəqəmsal sığorta müəssisələrin və vətəndaşların sığorta maraqlarının mövcudluğu və ixtisaslaşdırılmış sığorta fondunun formalaşması əsasında məmnun qalmaları səbəbindən xüsusi iqtisadi münasibətlərdə özünü

göstərən sığortanın qorunması mexanizmi kimi sığorta prosesinin bir hissəsidir. Rəqəmsal iqtisadiyyata xas olan spesifik risklərdən sığortalama rəqəmsal sığortanın birinci tərəfini təmsil edir. Əvvəllər rəqəmsal sığortaya elektron risklərin sığortası, elektron ticarət riskləri daxil idisə, rəqəmsal iqtisadiyyatda kiber risk sığortası, əşyaların internetinin sığortası (internet vasitəsilə idarə olunan fiziki və hüquqi şəxslərin əmlakı), süni zəkanın üçüncü şəxslərə və digərlərinə qarşı məsuliyyəti, rəqəmsal risklər aid edilir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat sığorta şirkətləri də daxil olmaqla, iqtisadi subyektlər tərəfindən aşağıda sadalananlar da daxil olmaqla müxtəlif xüsusiyyətli rəqəmsal texnologiyaların istifadəsini nəzərdə tutur:

- böyük məlumat sistemləri;
- neyrotexnologiya və süni intellekt;
- paylanmış reyestr sistemləri;
- kvant texnologiyaları;
- yeni istehsal texnologiyaları;
- sənaye interneti;
- robot texnologiyaları;
- virtual realıq texnologiyaları.

Azərbaycanda fiziki və hüquqi şəxslərin rəqəmsal sığortaya ehtiyacını yarada bilən rəqəmsal iqtisadiyyatın riskləri ənənəvi risklər və avtomatlaşdırma və rəqəmsallaşdırma ilə əlaqəli, lakin post-sənaye və rəqəmsal iqtisadiyyata xas olan və yeni rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi ilə əlaqəli və yalnız rəqəmsal şəkildə özünü göstərən iqtisadi risklər olmaqla iki qrupa bölünür.

Rəqəmsal sığortanın ənənəvi risklərinə aşağıdakılar daxildir:

- elektron cihazların sığortasındakı xüsusi risklər (müxtəlif şəbəkələrdəki qəzalar və digərləri);
- elektron ticarət riskləri;
- kiber risklər.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın spesifik riskləri arasında isə aşağıdakılar qeyd edilə bilər:

- süni intellektdən istifadə riskləri;
- internet əşyalarını sığortalayarkən yaranan risklər;
- rəqəmsal texnologiyaların hələ müəyyən edilməmiş digər riskləri.

Rəqəmsal iqtisadiyyatda ənənəvi risklər kateqoriyasına aid edilməsinə baxmayaraq, kiber risk sığortası proqramları xüsusi aktualıq qazanır, çünki yeni rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi kiber hücumların həyata keçirilməsi və kiber risklərin aradan qaldırılması üçün imkanların sayını əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Elmi ədəbiyyatda kiber risklərin, ümumiyyətlə, qəbul edilmiş bir tərifinə yoxdur. Fərqli baxışları ümumiləşdirərək qeyd etmək lazımdır ki, kiber risklər rəqəmsal cinayət işləri nəticəsində bir müəssisəyə və ya bir şəxsə dəymiş ziyan baxımından müəyyən edilir. Müxtəlif müəlliflərə görə, kiber risklər rəqəmsal texnologiyaların, bu risklərdən şüurlu şəkildə xəbərdar olmayanların da daxil olduğu, icazəsiz sahib olma, dəyişdirmə, paylama və məhv olma, sahiblərinə və ya üçüncü şəxslərə ziyan vurma təhlükəsi ilə əlaqəli olma və istifadə etmə riskləridir (ZHuk I.N. 2011: p.38).

Ümumiyyətlə, kiber risklərin reallaşdırılması zamanı mümkün zərər növləri kimi aşağıdakılar vurğulanmalıdır:

- rəqəmsal texnologiyaların zədələnməsi və ya məhv edilməsi nəticəsində birbaşa zərər və onların bərpası dəyəri;
- vəsaitlərin və digər rəqəmsal aktivlərin oğurlanması ilə əlaqəli birbaşa zərər;
- rəqəmsal texnologiyaların zədələnməsi və ya məhv olması səbəbindən biznes fəaliyyətindəki fasilələrlə əlaqəli ziyan;
- kiber hücumların yaratdığı risk ilə reallaşan ziyan;
- üçüncü şəxslər haqqında məxfi məlumat daxil olmaqla informasiyaların yayılması ilə əlaqəli olan dolaylı ziyan;
- əqli mülkiyyətin oğurlanması ilə bağlı ziyan;
- rəqəmsal texnologiyaların sahibi olan şirkətin nüfuzuna dəyən ziyan.

Süni intellekt risklərinin reallaşması aşağıdakı şəkildə özünü göstərə bilər:

- müəssisənin dayanması səbəbindən ziyan vurmaqla;
- üçüncü şəxslərin əmlakına və sağlamlığına zərər verə biləcək qərarlar qəbul etməklə, məsələn, yol-nəqliyyat hadisəsi zamanı alternativ hərəkətlər seçərkən;
- əmək bazarının dəyişməsi və işsizliyin artması, xüsusən də qeyri-yaradıcı peşələr sahəsində;
- hərəkətlər və təklif olunan həll yolları barədə kifayət qədər məlumat verilməməsi ilə əlaqəli maliyyə xidmətlərinin, xüsusilə də istehlakçıların hüquq və mənafelərinin pozulması yolu ilə.

Rəqəmsal sığorta həm də yeni rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, yəni sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılması yolu ilə müəssisələrin və əhəlinin sığorta məhsulları vasitəsilə qorunmasına olan tələbatlarının ödənilməsi yolu ilə müəyyənləşdirilir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın sığorta riskinin mövcudluğu və sığorta fondunun formalaşması ilə əlaqəli iqtisadi münasibətlər kimi ənənəvi sığortanın iqtisadi mahiyyətinə əlavələrini etdiyi aydın görünür. Rəqəmsal iqtisadiyyatda sığortanın xüsusiyyətini aşağıdakılarla müəyyən edə bilərik:

- rəqəmsal iqtisadiyyata xas olan və sığorta təminatına ehtiyac yaradan xüsusi risklər;
- rəqəmsal iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən spesifik rəqəmsal texnologiyalar və onların sığorta bazarında tətbiqi.

İqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması, rəqəmsal iqtisadiyyatın yaradılması sabit, etibarlı bir infrastrukturun formalaşması ilə sıx əlaqəlidir. Sabit və etibarlı bir infrastruktur olmadan, bir qayda olaraq, iqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılması mümkün deyil. Yəni, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyatda istifadəsi iqtisadi münasibətlər, rəqəmsal iqtisadiyyata keçid və onun yaradılması, rəqəmsal texnologiyalara əsaslanan rəqəmsal məhsulların istehsalı ilə sıx bağlıdır. Rəqəmsallaşmanın və rəqəmsal iqtisadiyyatın əsas komponenti olan müasir texnoloji infrastrukturudur. Sürətlə inkişaf edən 5G texnologiyaları, robotlaşma, kiber təhlükəsizlik və süni intellektin bütün dünyada tətbiqi də müvafiq rəqəmsal iqtisadiyyatın onurğa infrastrukturunun qurulmasını və yenilənməsini tələb edir.

Sabit bir infrastruktur olmadan həm dövlətlərarası, həm də daxili rabitə xidmətlərinin qabaqcıl standartlar səviyyəsində təmin edilməsi mümkün deyil. Hazırda bütün dünyada rabitə xidmətləri sürətlə inkişaf edir, həm genişzolaqlı, həm də mobil internet istifadəçilərinin sayı artır. Operatorlar hər il yeni infrastruktur investisiyaları ilə üzləşirlər. Telekommunikasiya, texnologiya və mediada ixtisaslaşmış İngilis konsaltinq şirkəti “Analysys Mason”a görə, 2014-cü ildən bəri operatorlar İnternet infrastrukturuna 300 milyard ABŞ dollarından çox sərmayə yatırıblar

(<https://www.analysysmason.com/consulting-redirect/reports/Online-service-providers-Internet-infrastructure-Dec2018/>, 2018).

Tədqiqatlar göstərir ki, internetə qoşulan cihazların sayında və həcmində artım olacaq. Beləliklə, Mobil Operatorlar Birliyinin (GSMA) “Mobil İqtisadiyyat 2019” hesabatına görə, 2018-2025-ci illər dövrü üçün dünyada İot əlaqələrinin sayı üç qat artaraq 25 milyarda çatacaq. Eyni dövrdə İot-dan əldə olunan gəlir miqdarı 4 dəfə artaraq 1,1 trilyon ABŞ dollarına çatacaq. Rəqəmsallaşma və infrastrukturun inkişafı mobil internet qurğularının sayının və istifadəçilərinin artmasına səbəb olacaqdır. Hesabata görə, 2018-ci ildə dünyada 3,6 milyard mobil internet istifadəçisi olmuşdursa, 2025-ci ildə onların sayı 5 milyarda çatacaq (<https://www.gsma.com/mobileeconomy/>, 2020).

Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi sığorta proqramlarının rəqabət qabiliyyətində yeni amillərin ortaya çıxmasına səbəb olur. Aparıcı sığorta şirkətlərindən gələn təkliflərin təhlili aşağıdakı iş proseslərində rəqabət qabiliyyətinin rəqəmsal amillərini sistemləşdirməyə imkan verir (sığorta müqaviləsi bağlandıqdan sonra):

- sığortalı ilə (sığortaçı) onlayn əlaqə;
- sığorta müqaviləsinə xidmət dəstəyi;
- müqavilə müddətində risk dəyişiklikləri barədə məlumat almaq;
- zərərlərin ödənilməsi.

Sığortalı ilə sığortaçı arasında onlayn rabitə kollektivləri sığortalayarkən, sığortalıya (sığortaçıya) və ya işəgötürənin nümayəndəsinə giriş imkanı olan fərdi

hesablar sistemi yaratmaqla həyata keçirilə bilər. Şəxsi hesablar, iddiaların həll edilməsi proseduru, sürətli rəy, yeni sığorta proqramları təklif etmək və mövcud sığorta müqavilələrini yeniləmək daxil olmaqla ortaya çıxan mövzularda sığortalılara məsləhət vermək üçün istifadə olunur. Şəxsi hesablar vasitəsilə, xüsusən də fərdi sığorta növləri üzrə zərərlərin ödənilməsinə gəldikdə, ödəniş üçün müraciət edilə bilər, lazımi sənədlərin surətləri yüklənə bilər.

Onlayn rabitə həm də cihazlara quraşdırılmış mobil tətbiqetmələr kimi yeni texnologiyalardan ibarətdir. Mobil tətbiqetmələr siyasətlər haqqında məlumatları saxlamağa, sığortaçı ilə təcili rabitə təmin etməyə, bəzi sığorta növləri üzrə qaydaları hesablamağa və satın almağa, hesablaşma üçün müraciət etməyə, sığorta hadisəsi ilə bağlı fotosəkilləri və digər sənədləri yükləməyə, sistemi aktivləşdirməyə və digər hərəkətləri etməyə imkan verir.

Sığorta şirkətinin rəqabət qabiliyyətinin rəqəmsal bir amili kimi xidmət dəstəyi, mövcud sığorta müqaviləsi çərçivəsində hesabatların avtomatlaşdırılması və sığorta müqaviləsi daxilində əlavə rəqəmsal variantların istifadəsi yolu ilə həyata keçirilir. Xidmət dəstəyi ən çox korporativ fərdi sığorta müqavilələri, xüsusən könüllü tibbi sığorta və qəza sığortası üzrə həyata keçirilir.

Hesabatların təqdim edilməsi prosedurunun avtomatlaşdırılması, əksər hallarda rüblük hesabatlar sığortalıya - hüquqi şəxsə yalnız müqavilənin icrası ilə deyil, həm də komandanın vəziyyəti (xəstələnmə, müvəqqəti əlillik, profilaktik tədbirlərin davamiyyəti və digər göstəricilər) barədə məlumat əldə etməyə imkan verir.

Rəqəmsal əsasda əlavə seçimlər də yayılmışdır ki, bu da işəgötürənlər tərəfindən sığortalanan qruplar üçün profilaktik və psixoloji tədbirlər hesab olunur. Bu rəqəmsal seçimlər arasında psixoloji məsləhət xidməti, personal sağlamlığı idarəedilməsinə dair rəqəmsal nəşrlər, iş yerində sağlam həyat tərzini haqqında portallar və onlayn tibbi məsləhətləşmələr yer alır.

İnnovativ texnologiyalar, alqoritmlər və süni intellekt kimi inkişaf etmiş analitik biznes metodlarının istifadəsi, böyük həcmli məlumatların işlənməsinə və paylanmış blokçeyn bazasına əsaslanaraq, şirkətlərə istehlakçıları müxtəlif yollarla

yoxlamağa imkan verir. Bu yeniliklər risklərin dəqiq qiymətləndirilməsinə, əməliyyatların işlənməsindəki saxtakarlığın qarşısını almaq və istehlakçılara daha yaxşı məhsul və xidmətlər təklif etmək üçün müştərilərini daha dəqiq xüsusiyyətlərlə müəyyənləşdirərək qruplaşdırmağa imkan verir. Eyni zamanda, bazarda bir neçə yeni iştirakçılar, “Fintech” və “Insurtech” kimi maliyyə texnologiyaları və sığorta texnologiyaları sahəsindəki startuplar, məsələn fiziki şəxslər arasında kredit əməliyyatları aparmaq üçün onlayn platformalar (P2P), xidmət operatorları, məlumat toplayıcıları, məsləhətçi robotlar, rəqəmsal valyuta operatorları və “Amazon”, “Facebook”, “Google” və “Alibaba” kimi “Bigtech” adlanan böyük rəqəmsal platformalar meydana çıxmışdır. Bazara yeni daxil olanlar ümumiyyətlə onlayn platformalar vasitəsilə öz xidmətlərini təklif edirlər. Bütün bunlar smartfonlar kimi yeni texnologiyalarla birlikdə istehlakçıların bank və sığorta xidmətlərindən istifadəsini asanlaşdırır və istifadəsi, eləcə də şəffaflığı baxımından istehlakçıların gözləntilərini dəyişdirir. Məsələn, Azərbaycan da daxil olmaqla bəzi ölkələrdə müştərilərin kommersiya bankı şöbəsinə getmək əvəzinə smartfonlarından istifadə edərək pərakəndə bankçılıq aparmaq ehtimalı daha yüksəkdir. Sığorta şirkətlərinin də işində sığortanın spesifikliyinə və effektivliyinin artırılması yeni sığorta növlərinin tətbiq edilməsinə imkan verir.

1.3. Sığorta bazarının rəqəmsal gələcəyi

Rəqəmsallaşmaya doğru davamlı hərəkət sığorta sektorunu bir paradigma dəyişikliyi astanasına gətirmişdir. Elektron məlumatların həcmindəki böyük artım, mobil interfeyslərin hər yerə yayılması və süni intellektin artan gücü sayəsində dəyişiklik sürəti artmışdır. İlk illərdə olduğu kimi xidmətləri rəqəmsallaşdırılmış şirkətlər sənayedə ön sıralardadırlar. Rəqəmsallaşma bugün rəqabət mühitinin bütün səviyyələrini əhatə edir. Cəmiyyətin rəqəmsal texnologiyalardan artan asılılığı yalnız müştəri gözləntilərini deyil, həm də xidmət sahələri arasındakı sərhədləri dəyişdirir. Sığortaçılar bu fenomendən qaça bilməzlər. Çünki, ənənəvi sənaye sərhədləri itdikcə sığortanın gələcəyi rəqəmsal platformalar və ekosistemlərdən çox asılı olacaqdır.

Tələbləri artan istehlakçılar, yenilikçi rəqiblər və yeni texnologiyalar sığorta sektoruna böyük dəyişikliklər gətirir. Artıq sığortaçılar ənənəvi agentliklər şəbəkəsi vasitəsilə ənənəvi əmtələşdirilmiş sığorta məhsullarını satmaqda çətinlik çəkirlər. İndi sığorta şirkətləri müştərilərin tələb və istəklərini qabaqcadan görərək onların tələbinə tam cavab verən tamamilə, yeni məhsullar yaratmağa məcbur olublar. Bu sığorta məhsulları istehlakçıların hər hansı bir kanaldan qiymətləndirməsi, xidmətlərin onların tələblərinə uyğunlaşdırılması və satın alması üçün kifayət qədər sadə və çevik olmalıdır. Bundan əlavə, rifah, təhlükəsizlik və şəxsi hədəflərə çatmaq da daxil olmaqla istehlakçılar üçün həqiqətən vacib olan arzuların ətrafında mərkəzləşmiş bir bütöv dəyər təklif olunmalıdır.

Buna nail olmaq üçün sığortaçıların öz tərəfdaşları və əlavə dəyər təmin edən xidmət təminatçıları ekosistemlərini inkişaf etdirmələri, onları rəqəmsal platformalar vasitəsilə birləşdirmələri lazımdır. Verdiyi çeviklik üçün bulud texnologiyalarını mənimsəməli, qərar və proqnoz vermək üçün analitiklərə etibar etməyə başlamalıdırlar.

Sığorta bazarının bank sistemi kimi texnoloji cəhətdən inkişaf etmədiyi, bazarındakı kimi olmadığı açıq aydın görünür. Hələ ki, sığorta bazarındakı inqilabi dəyişikliklər və ya texnoloji nailiyyətlər barədə geniş istehlakçı kütləsi məlumatlı deyil. Görünən odur ki, sığortaçılar digər bazarların yeniliklərini izləyir və uzun bir gecikmə ilə onu tətbiq etməyə çalışırlar.

Sığortanın rəqəmsallaşdırılmasından danışarkən demək olar ki, daha çox elektron icbari sığorta nəzərdə tutulur, baxmayaraq ki, bu ən sıradan və ibtidai sığorta xidməti nümunələrindən biridir. Üstəlik, elektron icbari sığorta bazarının inkişaf etməsi heç də texnologiyalar və infrastrukturdakı keyfiyyət dəyişiklikləri ilə deyil.

Qeyd edək ki, yaxın gələcəkdə sığorta bazarının mənzərəsini, biznes modellərini və texnologiya platformasını dəyişdirə biləcək üç əsas texnoloji yenilik bloku ola bilər. Bunlardan birinci istiqamət kimi müştərilər, sığortaolunanlar və sığorta obyektləri ilə uzaqdan əlaqənin qurulmasıdır. İndi həm Azərbaycanda, həm

də dünyada avtomobil və digər əmlakların sığortasında telematik sığortanın yayılması geniş xarakter daşıyır. Telematika bütün sığorta növlərində tətbiq ediləcək və ən əsası sığortalıların həyat tərzini dəyişdirəcəkdir. Narahatlıqların əksinə olaraq, Azərbaycanda telematik məhsulların nüfuz etməsi inkişaf etmiş bazarların əksəriyyətindən, spesifik istehlakçı xüsusiyyətləri istisna olmaqla bir o qədər də fərqlənmir və Azərbaycan rəqəmsal sığorta bazarında dinamika olduqca qənaətbəxşdir. Telematik texnologiyaları tədricən avtomobil sığortasından əmlak sığortası, yük sığortası və könüllü tibbi sığorta kimi digər növlərə yayılır.

İkinci istiqamət bu əsasda qurulmuş geniş məlumatlar, biznes analitikası və ağıllı həllərdən istifadədir. “Big Data” və biznes analitika alətləri real vaxtda yüzlərlə, minlərlə və hətta milyonlarla risk və zərərlərə təsir edən müxtəlif faktorları təhlil etməyə imkan verir. Bu texnologiyalardan istifadə xərcləri azaldır və sığortaçıların gündəlik iş proseslərini optimallaşdırır. Risk analitikasını avtomatlaşdıran şirkətlər bütün məlumat mənbələrindən əhəmiyyətli dərəcədə daha çox dəyər qazanır və riskləri daha əvvəl müəyyənləşdirirlər (Bohnert Alexander., Fritzsche Albrecht., 2018).

Sığorta məhsullarının istehlakçıları rəqəmsallaşmanın təqdim etdiyi imkanlardan əhəmiyyətli dərəcədə faydalanacaqlar. Belə ki, konkret müştərilərin yüzlərlə davranış amillərinə əsaslanaraq, sığortaçılar demək olar ki, hər kəs üçün fərdi risk dərəcələrini hesablaya bilirlər. Nəticədə, müsbət sığorta tarixçəsi və aşağı riskə sahib bir müştəri daha aşağı sığorta tarifi alacaq.

Bundan əlavə, “Big Data”-nın istifadəsinin genişlənməsi sayəsində tələb üzrə sığorta aktiv şəkildə inkişaf edir. Ehtiyac duyulduğunda məsələn, səyahət zamanı avtomobil kasko sığortası, əmlak sığortası kimi sığortanı bir mobil proqram vasitəsilə aktivləşdirməyə imkan verən tətbiqlər mövcuddur.

Nəhayət, üçüncü innovasiya istiqaməti sahəsi bütün biznes proseslərinin və sığortanın satın alınmasından sığorta hadisəsinin həllinə qədər olan mərhələlərin rəqəmsallaşdırılmasıdır. Blokçeyn texnologiyası burada özünü daha yaxşı sübut edir. Bu texnologiyaya əsaslanan həllər sığortalıların şəxsi məlumatlarını yoxlamaq

və sığorta obyektləri üçün fəaliyyətlər parametrlərini yoxlamaq üçün imkan verir. Bu həm sığorta bazarında siyasət həyata keçirərkən, həm də sığorta hadisələri üzərində işləyərkən, yəni fırlıdaqçılıqdan zərər nisbətini azaltmaq üçün çalışmalarda istifadə edilir. Dünyada blokçeynə əsaslanan qarşılıqlı sığorta şirkətləri getdikcə daha çox ortaya çıxmaqdadır. Bu, qarşılıqlı sığorta sistemlərinə əsaslanan sığorta hadisələri üçün riskləri və ödənişləri idarə etmək məqsədi daşıyan yeni bir maraq dairəsidir.

Qlobal sığorta bazarının 5 trilyon dollardan çox olduğu təxmin edilir. Sığortada innovativ texnologiyalar bazarı yalnız sürət qazanır. “Insurtech”-ə yatırımlar ildə təxminən üç milyard dollar təşkil edir və bu rəqəm getdikcə artacaq. Müxtəlif ölkələrdə hər il 500-ə yaxın “insurtech” startupı tətbiq olunur. Sığortanın rəqəmsallaşdırılması yeni bir sığorta məhsulu və müştəri xidmətidir. Bu həm xərcləri azaldır, həm də riskləri təsirli şəkildə hesablayır və müştəri sədaqətini artırır, eləcə də demək olar ki, fərdi qaydada sığorta xidmətlərini və məhsullarını daha da fərdiləşdirməyə imkan verir.

Startuplar müştəri identifikasiyası, sığorta hadisələrinin məsafədən izlənməsi və tənzimlənməsi üçün pilotsuz uçan vasitələrin istifadəsi, teletibb və telematik, neyron şəbəkələri, sığorta məhsullarını sata bilən, aktuar hesablamalar apara bilən və fırlıdaqçıları tuta bilən süni intellekt üçün platformalar təklif edir. Təəssüf ki, Azərbaycanda əsas məhdudiyyət bütün yeni texnologiyaların tətbiqi üçün investisiya imkanlarıdır. Belə ki, sığortaçıların maliyyə resursları məhduddur. Həmçinin iqtisadi şəraitin mövcud vəziyyətinin biznesə təsiri ilə mənfəətin azalması və rəqabətin hələ də böyük ölçüdə texnoloji və ya keyfiyyətə deyil, qiymətə əsaslanmasıdır. Lakin buna baxmayaraq, qarşıdakı iki ilə üç il ərzində sığorta, son iyirmi ildə dəyişmədiyi qədər dəyişəcək.

Sığortaçıların ehtiyac duyulan texnoloji yenilikləri tətbiq etmələri üçün ənənəvi sığortaçıların innovativ şirkətlərlə güclərini birləşdirmələri və rəqəmsal ekosistemlərin yaradılması tələb olunur. “McKinsey”-ə görə istehlakçılar tərəfindən rəqəmsal texnologiyalardan istifadənin artması və qlobal bazarların bir-birinə bağlı

olaraq bütöv bir vəziyyətə gətirilməsi sayəsində rəqəmsal ekosistemlər artıq dünyada səhiyyə və maliyyə kimi bir çox sektorda meydana çıxmaqdadır(McKinsey & Company, 2018: s.58).

Şirkət innovativ ekosistem oyunçusu olmağın aşağıdakı xüsusiyyətlərinin olduğunu izah edir:

- müvafiq xidmətlər arasında keçid etmək istəyən müştərilər üçün fərqli portallar və ya giriş şəbəkələri arasında keçid etməmək üçün portallar ola bilər;
- şəbəkə effektlərindən istifadə edərək verilənləri bir neçə fərqli xidmətdə birləşdirir və beləliklə, müştərilərə daha yaxşı və daha fərdi həll yolları təqdim edirlər(<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-beyond-digital-the-rise-of-ecosystems-and-platforms#> ,2018).

Sığorta şirkətləri üçün sənayedən ekosistem perspektivinə keçmək iqtisadi inkişafda öz rollarını necə müəyyənləşdirdikləri ilə əlaqədar ciddi dəyişikliklər tələb edir. Hazırda sığortaçılar ilk növbədə risk aqreqatoru kimi çıxış edirlər. Müştərilərlə passiv və məhdud əlaqələri var, bu da onların ayrılma, bölünmə, ticarət və görünməzliyə həssaslığını artırır. Sığortaçılar paylama şəbəkələrini və müştəri münasibətlərini itirsəydilər, biznes modellərini yenidən qurmaq imkanı olmayacaqdı. Ekosistem perspektivini qəbul etmək-ənənəvi biznes modelini yenidən qiymətləndirmək və həm sənaye daxilində, həm də xaricdəki oyunçularla ortaqlıqları nəzərdən keçirmək sığortaçıların rəqəmsal strategiyalarını canlandırma bilər.

Sığortaçılar ekosistemdə bir neçə rol oynama imkanına malikdir. Məsələn, fərdi hərəkətlilik ekosistemi, avtomobil alışı və baxımının idarə olunması kimi sahələrdə genişlənmə üçün bir sıra imkanlar təklif edir. Nəticə etibarilə, sığortaçıların istehlakçıların biznes və digər məqsədli fəaliyyətlərində rollarını genişləndirmək üçün bir sıra imkanları yaranır(https://group.pingan.com/about_us.html).

Sığorta ekosisteminin ən mühüm nümunələrindən biri bir milyondan çox işçisi və agenti olan nəhəng Çin sığorta şirkəti olan “Ping An”, “Bir Hesab” adlı müştəri portalı vasitəsilə 350 milyondan çox onlayn müştəriyə tibbi məsləhətlər, avtomobil

satışları, əmlak siyahıları və bank xidmətləri təqdim etmək imkanlarını genişləndirməsidir. Bu yeni fəaliyyət həm də “Ping An”-in əsas xidmətləri üçün müştəri axını yaradır və şirkətin dünyanın ən qiymətli sığorta markası olmasına kömək edir. “Ping An” nəhəng və dinamik bir istehlak bazarına xidmət edir, bu da digər bazarlarda onun uğurlarını təkrarlamaq istəyən qlobal sığorta təşkilatları üçün uyğun bir nümunədir.

ABŞ isə dünya sığorta bazarında texnoloji layihələrə 50%-dən bir qədər az olmaqla investisiyaların cəlb olunmasında aparıcı bazar olaraq qalır. Böyük Britaniya isə təqribən 10% paya malikdir. Çində isə investisiyalar ən sürətlə böyüyür, təkcə 2019-cu ildə bazarın 10%-i həcmində artım baş vermişdir. Ümumiyyətlə, dünyadakı beş böyük “İnsurtech” şirkəti aşağıdakıdır:

1. “Zhong An”, Çin şirkətidir. Şirkətin biznes modeli süni intellekt və Big Data istifadəsinə əsaslanır.

2. “Acko General”, Hindistanlı bir startupdır. Şirkət müştərilərin bütün sığorta xidmətlərini bir yerdə görmələrini və satın almalarını təmin edən yenilikçi bir sığorta platforması yaradıb təqdim etdi.

3. “Oscar Health”, Amerika şirkətidir. Tibbi sığorta ilə məşğuldur. Müştərilərə öz tətbiqi ilə inteqrasiya olunmuş pulsuz fitness izləyiciləri təqdim edir.

4. “Lemonade”, dünyanın ilk açıq mənbə sığorta polisi olduğunu iddia edən bir Amerika şirkətidir. Süni intellektin istifadəsinə və davranış iqtisadiyyatı prinsiplərinə əsaslanır.

5. “Shift Technology”, Fransız şirkətidir. Müştəri iddialarının işlənməsi ilə məşğul olan sığortaçılar üçün “B2B” şirkətidir. Əsas xidmət (SaaS) olaraq proqram təminatı təklif edir, sığorta fərqləndiricilərini aşkar etmək üçün süni intellekt və data analitikasından istifadə edir.

Sığortadakı müasir texnologiyaların ayrı bir istiqaməti kimi “insurtech” ayırmaq olar. Bu gün bir neçə dəqiqə ərzində istənilən sığorta polisini onlayn əldə etmək mümkündür. Sadəcə bir noutbuk və ya smartfon, həmçinin internetə

qoşulmaq lazımdır. Bu texnologiyalar sadə və sərfəlidir, eləcə də istifadəçilərə aşağıdakıları etməyə imkan verir:

- uyğun bir məbləğ üçün özünüzü və yaxınlarınızı müxtəlif risklərdən sığortalamaq;

- müxtəlif situasiyalarda sığorta şirkətinin ofisinə getmədən onlayn sığorta polisi almaq;

- sığorta məhsulu bir neçə kliklə əldə edildiyindən vaxta qənaət etmək;

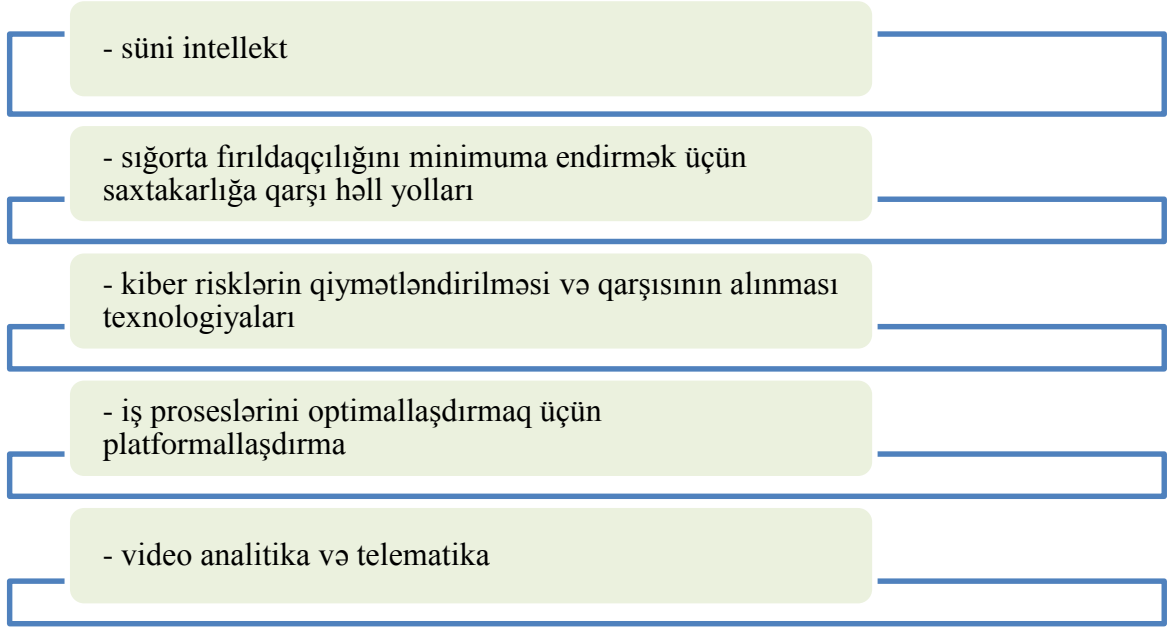
- cari ehtiyacları nəzərə alaraq yeni və müvafiq sığorta məhsullarını tez bir zamanda almaq;

- sığorta polisləri almaq daha ucuzdur, çünki onlayn formatda sığorta şirkətləri üçün xərclərə qənaət nəzərdə tutulur.

“Insurtech”-in texnoloji istiqaməti bütün dünyada sürətlə inkişaf edir. “Infoholic Research LLP” analitik şirkətinin məlumatına görə, 2018-ci ildə dünyada insurtech şirkətlərinin ümumi gəliri 533 milyon dollar təşkil edib və 2023-cü ilə qədər ikiqat artaraq, 1,12 milyard dollar təşkil edəcəkdir(<https://www.infoholicresearch.com/>).

Sığorta sektorunun inkişaf potensialını investisiya axını sübut edir. “Deloitte”-ə görə, 1998-2018-ci illərdə insurtech layihələrinə qoyulan ümumi investisiya təxminən 12,5 milyard dollar təşkil edib. Həmçinin, “insurtech” şirkətləri və layihələri yalnız 2019-cu ildə ən az 4.36 milyard dollar qazanmışdır.

Şəkil 1: “İnsurtech” start-uplarının təqdim etdiyi həllər



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

Çox güman ki, yaxın gələcəkdə Azərbaycandakı texnoloji sığorta “Big Data” və süni intellektdən istifadə edərək nəticələri yaxşılaşdırmaqla yeni məhsullar təklif edəcəkdir. Bəlkə də avtomobil sahibləri üçün bütün texnoloji ekosistemlər mövcud olacaqdır. Texnoloji sığorta yalnız yeni müasir çağırışlara çox tez cavab verdiyi üçün inkişaf edəcəkdir. “İnsurtech” demək olar ki, dərhal ortaya çıxan digər tendensiyalara reaksiya göstərməyə, yeni müştəri ehtiyaclarını ödəməyə imkan verir. Azərbaycandakı sığorta bazarı sürətlə rəqəmsal hala gələrək gündəlik həyatımıza uyğunlaşmağa davam edir. Bundan sonra hansı addımın atılacağını təsəvvür etmək belə çətindir. Şübhəsiz ki, sığorta şirkətləri maraqlı inkişaf və yeni uğurlu həll yolları axtarmaqdadır.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA RƏQƏMSAL SİĞORTA BAZARININ İNKİŞAFI

2.1. Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşması

Müasir dövrdə bazar iqtisadi münasibətlərinin əsas prinsiplərindən biri odur ki, tələbin və təklifin sərbəst hərəkəti potensial sığorta şirkətləri üçün mühüm olan sığorta məhsullarının yaranmasını stimullaşdırır. Müstəqil şəkildə qiymətin formalaşma prinsiplərinə əsasən yaranan tariflər sığorta şirkətləri arasında münbit rəqabətli şərait yaradır. Qiymət sığorta xidmətləri bazarında rəqabət mühitində tənzimləmə işini həyata keçirir. Bildiyimiz kimi, sığorta bazarında rəqabətin mövcud olması hələ rentabelli fəaliyyətə nail olunması demək deyil. Bundan daha artıq nailiyyətlərə, sığorta bazarındakı şirkətlərin işçilərini mütəmadi olaraq müştəri bazasını genişləndirməyə, həmçinin də sığorta şirkətləri tərəfindən təqdim edilən xidmətlərin metodlarının və formalarının müasirləşdirilməsinə davamlı olaraq cəhd göstərən sığortaçılar nail olurlar. Sığorta sahəsində təkmilləşmiş şəxsin özünün mövcud sığorta cəmiyyətinin xarici və daxili iqtisadi siyasətinə rəhbərliyi, eləcə də qeyd edilənlərlə bağlı sığorta mədəniyyətinin inkişafına doğru addımlar atması əhəmiyyətli hesab edilir. Bundan başqa, konkret olaraq sığorta şirkətləri tərəfindən təqdim edilən xidmətin bazar qiyməti, şirkətin sığorta portfelinin həcmi, eləcə də strukturundan, həmçinin investisiya ilə bağlı fəaliyyətinin keyfiyyət dərəcəsi, idarəetmə ilə əlaqədar xərcləri ilə yanaşı ehtimal edilən gəlirlərdən mütləq surətdə asılıdır.

Sığortalama prosesində rəqəmsal texnologiyalardan istifadə isə sığorta şirkətlərinə rəqabət prosesində müəyyən üstünlüklər qazandırır. O həm də, rəqabətli fəaliyyətin yeni faktorlarını təqdim edir və sığorta şirkəti ilə sığorta məhsulu seçimi edən potensial sığorta məhsulu alıcılarının istehlakçı davranışlarında dəyişikliklər edir.

Sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılmasının rəqabətə, sığorta xidmətlərinin və sığorta şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətinə təsiri, mövzunun yeniliyi səbəbindən, rəqabətin rəqəmsal sığortanın inkişafında mühüm amil olmasına baxmayaraq, elmi

işlərdə praktik olaraq öyrənilməyib, buna görə də yeni iqtisadi şəraitdə araşdırılması sürətli baxış tələb edən mühüm bir elmi məsələdir.

Son dövrlərdə Azərbaycanda demək olar ki, bütün sığorta şirkətləri ölkənin maliyyə sisteminin aktiv elementləri kimi çıxış edir. Lakin onlar maliyyə bazarlarında yeni formalaşan innovativ tələbləri ödəməklə kifayətlənməməli, yeni bazarlar və innovasiyalara nail olmağa cəhd etməlidirlər. Ona görə ki, müasir dövrdə maliyyə xidmətləri bazarında rəqabət dərinləşir. Təqdim edilən xidmətlər zaman keçdikcə rəqəmsal transformasiyaya uğrayır. Bunu rəqabətin onlayn xarakter alması kimi ifadə etsək, fikrimizi daha konkretləşdirmiş olarıq.

Rəqəmsallaşmağa, texnoloji tətbiqin intensivləşdirilməsinə istiqamətləndirilmiş müvafiq proseslərdən sığorta bazarı qəti şəkildə kənar qalmamalıdır. Sığortaçı fəaliyyətindən qazanılan gəlirlərin mühüm elementi kimi sığorta mükafatları çıxış etdiyindən, rəqabətin əsas istiqaməti həm də bu olacaq. Sığorta məhsullarına təyin edilən haqqların bu xidmətin reallaşdırılma qiyməti hesab olunması onların yığılması ilə bağlı obyektiv amillərlə müəyyən edilir. Bu amillərə bazarın konyukturası, ölkədəki inflyasiya, mövcud hüquqi baza, vergilər, ölkənin sığorta sistemindəki rəqabət göstəricisi, faiz dərəcəsi, sosial sahədəki dövlət siyasəti, eləcə də digər dəyişən amillər təsir edir.

Rəqəmsal iqtisadiyyatda sığortanın rolu və yeri müəyyən edilərkən sığortanın iqtisadi kateqoriya kimi mahiyyətinin qorunması sualı ortaya çıxır və ya iqtisadiyyatın rəqəmsal çevrilməsi sığortanın nəzəri anlayışına müvafiq dəyişikliklər gətirilməsi və ya rəqəmsal iqtisadiyyata bənzər bir şəkildə mövcudluğu iqtisadi tədqiqatların mövzudur. Qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal sığorta termini tamamilə yeni deyil. 1990-cı illərin sonu-2000-ci illərin əvvəllərindən etibarən rəqəmsal sığorta elektron cihazların sığorta proqramlarına tətbiq olunur, bu da yalnız ənənəvi deyil, həm də elektrik şəbəkələrinin sıradan çıxması, kondisioner sistemlərinin sıradan çıxması kimi xüsusi əmlak riskləri üçün sığortanı nəzərdə tutur (Bryzgalov D., Tsyganov A., 2002: p42).

15 ildən çoxdur ki, rəqəmsal sığorta xüsusi risklərdən qorunma ehtiyacı ilə əlaqəli ənənəvi bir sığorta kimi başa düşülürdü.

Rəqəmsal texnologiyalar sığortaçılar tərəfindən yalnız satış kanallarına deyil, həm də risklərin sığorta öncəsi öyrənilməsinə, sığortalı ilə sənəd axınına və tələblərin həllinə tətbiq olunur (Якушин А.Б., 2016).

Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi sığorta şirkətləri arasında rəqabət prosesinin xarakterinin dəyişməsinə gətirib çıxarır, rəqabət qabiliyyətinin yeni amillərini təqdim edir və sığortaçı ilə sığorta xidməti seçərkən sığortalıların istehlakçı davranışlarını dəyişdirir.

Rəqəmsal iqtisadiyyat və texnoloji yenilik ənənəvi bankların və sığorta şirkətlərinin bir çox ölkələrdə kapital ayırmaqda və riski bölüşməkdə oynadığı vasitəçi rolunun mahiyyətini dəyişdirir. Rəqabətli və maliyyə baxımından dayanıqlı bank və sığorta xidmətləri sektoru, kapitalın səmərəli paylanması və iqtisadiyyatda risklərin bölüşdürülməsinin açarıdır ki, bu da onun daha da inkişafını və böyüməsini təmin edir. Bu amillərə qarşı həssaslıq son vaxtlarda, xüsusilə 2007-2009 maliyyə böhranından sonra artmışdır. Dünyadakı antiinhisar orqanları, rəqəmsal texnologiyaların maliyyə sektoruna tətbiq edilməsinin nəticələrini və rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı ilə əlaqədar olaraq hansı yeni problemlərin ortaya çıxdığını diqqətlə izləyirlər və müvafiq qərarlar qəbul edirlər.

Rəqəmsal transformasiya biznes modellərini, istehsal və bölüşdürmə metodlarını, eləcə də firmaların rəqabət tərzini dəyişir. Rəqəmsal texnologiyalar, müxtəlif platformalar kiçik şirkətlərin çoxsaylı müştərilərə problemsiz şəkildə onlayn xidmət satışını həyata keçirməsinə və çoxaspektli olmasına imkan verdiyindən xərclər də azalıb. Rəqəmsallaşma, həmçinin bazara yeni daxil olan iştirakçılar üçün xidmət təqdim etmə, reklam və digər xərcləri də azaldıb. Məsələn, bulud hesablaşma xidmətlərinin mövcudluğu, daha kiçik və yeni şirkətlərə fiziki infrastruktura investisiya qoymadan əhəmiyyətli dərəcədə hesablaşma gücündən çevik istifadə imkanını verir. Bununla birlikdə, rəqəmsal iqtisadiyyatın bəzi xüsusiyyətləri, böyük ölçü və miqyaslı iqtisadi subyektlər üçün rəqabət şərtlərini

qorumaq və mübarizə aparmaqdan müəyyən çətinliklər yaradır ki, bunlara aşağıdakıları aid edə bilərik:

- rəqəmsal istehsalın məhsulların inkişafı üçün əhəmiyyətli dərəcədə ön xərclər və sıfıra yaxın marjinal xərclərinin olması;

- intellektual mülkiyyət, alqoritmlər, proqram təminatı, məlumatlar kimi səmərəli rəqabət aparmaq üçün istifadə edilən qeyri-maddi aktivlərin əhəmiyyəti.

Buna görə də rəqəmsal iqtisadi mühitdə rəqabət şərtlərini qoruyan siyasət və qaydalar sağlam bir biznes mühitinin davam etməsinə və xidmətlərin çoxsaylı istehlakçılarının fayda əldə etməsinə kömək edir. Rəqabətli maliyyə xidmətləri bazarlarında qiymətlər aşağı səviyyədə qalır, rəqabətli qiymətlər isə ev təsərrüfatlarının və biznes subyektlərinin alıcılıq qabiliyyətini dəstəkləyir. Bundan əlavə, rəqabət mühiti daha üstün xidmətlərə və ya daha səmərəli iqtisadi proseslərə sahib yeni iştirakçıların iqtisadi böyümələrini və mövcud pay sahibləri ilə müqayisədə daha üstün bazar payı qazanmalarını təmin etməklə, əhəmiyyətli yenilikləri və artımı təşviq edir. Səmərəsiz şirkətlər nəhayət bazardan çıxarkən, yeni şirkətlərin inkişafı üçün kapital və işçi qüvvəsi yaranmış olur. Rəqabətin nəticəsində daha yüksək məhsuldarlıq və əmək haqqı artımı mümkündür.

Lakin qeyd edilənlərlə yanaşı bəzi qaydalar, ənənəvi və ya rəqəmsal olaraq fəaliyyət göstərən şirkətlər üçün, həmçinin əsassız və fərqli tənzimləyici xərc yükünə səbəb ola bilər. Rəqabət baxımından fərqli şirkətlər tərəfindən təqdim olunan xidmətləri müqayisə edərək, xidmətlərin rəqabətli olub-olmadığını görə bilərik (<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ch/pdf/clarity-on-insurance-digitalization-en.pdf> 2017).

Sığorta proqramları və məhsulları baxımından ənənəvi rəqabət qiymət və qeyri-rəqabət qabiliyyətli amillərindən asılı olaraq həyata keçirilir. Sığorta proqramlarının rəqabət qabiliyyətinin qiymət faktoru sığorta şərtləri və ya eyni şərtlərlə bir sığorta proqramının maya dəyəridir (Denisov S.L., 2014).

Qeyri-rəqabət qabiliyyətli amillər istehlakçı və proqram təminatına bölünə bilər. İstehlakçı rəqabət amilləri bir sığorta müqaviləsi bağlamaq mərhələsində bir istehlakçı ilə qarşılıqlı əlaqənin keyfiyyətini əks etdirir və sığorta sorğusuna cavab

vermə müddətində, təqdim olunan sənədlərin həcmində, məlumatların açıqlanması dərəcəsində və digər amillərdə özünü göstərə bilər.

Rəqabət qabiliyyətinin proqram amilləri sığorta proqramlarının sığortalanmış məbləğlər, sığorta riskləri, ödəniş şərtləri, dəstək xidmətlərinin mövcudluğu baxımından razılaşmanın doldurulmasını əks etdirir (Ermolaev A.S., 2015: p. 21).

Ənənəvi rəqabət satış kanallarını, sığortalıların istehlakçı davranışının xüsusiyyətlərini və digər maliyyə xidmətləri bazarlarının təsirini nəzərə almadan ideal bir sığorta bazarında rəqabət prosesini nəzərdən keçirir (ZHuk İ.N., 2011).

Əvvəllər elmi əsərlərdə sığorta bazarında bazarlararası rəqabət, kanal rəqabəti, növlərəsas rəqabət kimi yeni rəqabət formaları təsvir edilmişdir. Onların xüsusiyyətləri cədvəl 2-də verilmişdir.

Cədvəl 2: Sığorta bazarında yeni rəqabət formaları

Rəqabətin forması	Xüsusiyyətləri	Əmələgəlmə səbəbləri
Bazarlararası rəqabət	Oxşar istehlak xüsusiyyətlərinə malik xidmətlər göstərən sığorta şirkətləri, maliyyə və qeyri-maliyyə şirkətləri arasında istehlakçı uğrunda rəqabət	Maliyyə xidmətləri barədə istehlakçıların kifayət qədər məlumatlarının olmaması; həyat sığortaçılarının maliyyə vasitəçiliyi fəaliyyətləri; sığorta müdafiəsinin geniş əhatə dairəsi
Kanalların rəqabəti	Satış kanalı seqmentində sığortalılar üçün sığorta şirkətləri arasında rəqabət	Maliyyə xidmətləri barədə istehlakçıların kifayət qədər məlumatları olmaması; sığorta xidmətlərinin satışında vasitəçinin mövcudluğu
Formalararası rəqabət	Sığorta şirkətləri və ya eyni sığortaçının bölmələri arasında sığortalı üçün bir ehtiyacın ödənilməsinə yönəlmiş müxtəlif sığorta növləri üzrə proqramlar vasitəsilə rəqabət	Maliyyə xidmətləri barədə istehlakçıların kifayət qədər məlumatları olmaması; müəyyən bir sığorta qorunması ehtiyacını ödəmək üçün müxtəlif sığorta növlərindən istifadə etmək imkanı

Mənbə: Tsyganov A.A., Bryzgalov D.V., 2014: p147

Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşması bir neçə istiqamətdə baş verə bilər. Birincisi, sığorta xidmətlərinin satışına rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi kanalların rəqəmsallaşmasına səbəb olur, yəni yeni satış kanallarının meydana gəlməsinə, məsələn onlayn satışlar, blokçeyn məhsullarının bir hissəsi kimi satışlar, mobil tətbiqetmə vasitəsilə satışlar və s.

İkincisi, müqavilə saxlanması və ya hesablaşması kimi sığorta şirkətlərinin digər iş proseslərində rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ənənəvi və ya rəqabət qabiliyyətli rəqəmsal amillər arasında rəqabət yarada bilər.

Üçüncüsü, sığortalı və sığorta obyektini haqqında çoxlu məlumatların qiymətləndirilməsinə əsaslanan sığorta proqramlarının fərdiləşdirilməsi informasiya rəqabətinə səbəb ola bilər. Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşdırılmasının əsas istiqamətləri cədvəl 3-də verilmişdir.

Cədvəl 3: Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşdırılması istiqamətləri

Rəqabətin forması	Xüsusiyyətləri	Əmələgəlmə səbəbləri
Rəqəmsal satış kanallarında rəqabət	Rəqəmsal satış kanallarında sığorta şirkətləri arasında rəqabət	Maliyyə xidmətləri barədə kifayət qədər istehlakçı məlumatlılığının olmaması; rəqəmsal satış kanallarına xas olan xüsusi rəqabətlik amilləri
Rəqəmsal rəqabət amilləri vasitəsilə rəqabət	Rəqəmsal rəqabət amillərindən istifadə yolu ilə sığorta şirkətləri arasında rəqabət	Müxtəlif iş proseslərində sığorta şirkətləri tərəfindən rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi
İnformasiya rəqabəti	Sığortalı və sığorta obyektini haqqında məlumat almaq üçün sığorta şirkətləri arasında rəqabət	Sığortadan əvvəl riskin qiymətləndirilməsi üçün böyük həcmdə məlumat əldə etmək ehtiyacı

Mənbə: Tsyganov A.A., Bryzgalov D.V., 2014

Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşdırılması, bir qayda olaraq, mövcud olmayan və ya ənənəvi rəqabətdə uğurla aradan qaldırılan bir sıra problemlərlə müşayiət olunur. Ən vacib problemlərə aşağıdakılar daxildir:

- rəqəmsal satış kanallarında rəqabət qabiliyyəti amillərinin pul qazanması asanlığı;
- giriş biletinin texnoloji rəqəmsallaşdırılması səbəbindən rəqabətin məhdudlaşdırılması;
- rəqəmsal satış kanallarına çıxış çatışmazlığı səbəbindən rəqabətə nəzarətdə çətinlik;
- rəqabət qabiliyyəti amillərinin rəqəmsallaşdırılması zamanı fərdi məlumatların qorunmasına ehtiyac.

Ənənəvi rəqabət, sığorta xidməti almaq istəyən şəxsin sığorta şirkətlərinin veb saytlarını araşdırdığını və sığorta şərtlərinin, sığorta tariflərinin müqayisəsini və sığorta şirkətinin xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq sığorta xidmətini seçdiyini düşünür. Başqa sözlə, sığorta proqramlarının rəqabət qabiliyyətinin qiymət və qeyri-qiymət (proqram) amillərini tamamilə qiymətləndirir.

Sığorta xidməti istehlak etmək istəyən şəxsin davranışının qeyri-klassik modeli (buna rəqəmsal da deyilə bilər), istehlakçının risklərdən qorunmaya olan ehtiyacını ödəmək üçün zəruri olan sığorta xidmətləri tapmaq üçün axtarış və ya kontekstə uyğun sorğuların aparılmasını nəzərdə tutur. Bu vəziyyətdə internet sığortalı ilə sığortaçı arasında spesifik vasitəçi rolunu oynayır və rəqabət bir sığortaçı və sığorta xidmətinin seçimini müəyyənləşdirən xarici və daxili amillər vasitəsilə reallaşdırılan kanal rəqabəti kimi qiymətləndirilə bilər (Tsyganov A.A., Bryzgalov D.V., 2014). İnternet üzərindən kanal rəqabətinin xarici amilləri klassik rəqabət üçün xarakterikdir və sığorta şərtləri və sığorta tarifləri vasitəsi ilə həyata keçirilir.

Daxili amillər sığortaçı ilə vasitəçi, yəni internet şəbəkəsi arasındakı qarşılıqlı əlaqənin xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir. Bir neçə sığorta şirkətinin vasitəçisi ilə işləyərkən, sığorta proqramlarının rəqabətqabiliyyətliliyi vasitəçinin tövsiyəsi və onun proqramları ilə ifadə olunur. Sığorta xidmətlərinin internet üzərindən satılması üçün axtarış modelindəki kanal rəqabətinin daxili amillərinə aşağıdakılar daxildir:

- axtarış zamanı saytın ilk onluqda çıxması sığortaçı ilə əlaqənin qurulmasında özünü göstərən internetdə xüsusi reklam (saytdakı axtarış zamanı sorğudakı sözlərin sayı, sayta keçidlərin sayı, linklərin yerləşdirildiyi saytların səviyyəsi və s.) üsullarından;

- kontekstə uyğun reklamın təklif olunan dəyərindən asılıdır.

2.2. Rəqəmsallaşma amillərinə görə rəqabət: yeni texnologiyaların sığorta bazarına təsiri

Texnologiya uzun müddətdir ki, sığorta bazarında dəyişiklikləri asanlaşdırıb. Bu prosesin idrak dövrü yeni bir biznes transformasiyası dalğasının başlanğıcından xəbər verir. Süni intellekt və proseslərin avtomatlaşdırılmasındakı irəliləyişlər yeni bir rəqəmsal əməyin-idrak avtomatlaşdırılmasının yaranmasına səbəb olur. Rəqəmsal əmək süni intellekt əsasında qurulmuş əsas texnologiyalardan, eləcə də texnologiyanı öyrənmə sahəsindəki inkişaf etmiş və zərərli texnologiyalara qədər geniş olan bir sıra imkanlardan ibarətdir. Bu sahədə mövcud olan həllər yetkinlik və qabiliyyət baxımından çox fərqlidir. Rəqəmsal əmək kimi tətbiq edilən texnologiyalar yalnız insan kimi davranmağı və ya düşünməyi deyil, hətta əvəz etməyi bacarır. Bu proseslərin avtomatlaşdırılması və intellekt texnologiyalarının birləşdirilməsi ilə mümkün olur.

Günümüzün qloballaşan mühiti müxtəlif istiqamətli xərcləri azaltmaq, səmərəliliyi artırmaq və rəqabət üstünlüyü qazanmaq üçün getdikcə daha çox təzyiq yaradır. Buna baxmayaraq bir çox sığorta şirkətləri anderrayting və iddiaların idarəedilməsi kimi yüksək əhəmiyyət daşıyan məlumatları və sənəd formalarını belə əl ilə emal etməyə davam edirlər. Buna görə də sığorta bazarında avtomatlaşdırma üçün böyük potensial aydın görünür.

Beynəlxalq audit şirkəti olan “KPMG”-nin 100-dən çox sığorta icraçısı arasında apardığı son sorğu göstərir ki, təxmini olaraq, onların dördə üçünü təşkilatlarının yeni texnologiyalarla ayaqlaşmamasından narahat olanlar təşkil edir. Sığorta şirkətlərinin əksəriyyətinin riskə meyl etməməsi və yeni texnologiyaların erkən tətbiqçiləri kimi tanınmaması onların çətinliklərini daha da artırır. Buna baxmayaraq, sorğuda qeyd edilir ki, sığorta bazarında ciddi hərəkətlilik müşahidə edirik(<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ch/pdf/clarity-on-insurance-digitalization-en.pdf> , 2017).

Rəqəmsal əmək işçilərin fəaliyyətini yaxşılaşdırmağı hədəfləyən müəssisəni əhatə edən vahid strategiyanın bir hissəsini təşkil edir. Sığorta təşkilatları aşağıdakı dörd mərhələni nəzərdən keçirməlidirlər:

1. İnnovasiyanın öyrənilməsi. Rəqəmsal əməyin araşdırılması və qiymətləndirilməsi sektorda liderlik üçün mühüm şərtidir. Sığortaçılar rəqəmsal əməyin onların biznesi üçün nə demək olduğunu, proseslərə, məhsul istehlakçılarına və istehlak mədəniyyətinə necə təsir göstərdiyini, eləcə də əldə ediləcək faydaları müəyyənləşdirməlidirlər.

2. Məhsulların satıcısı haqqında məlumat. Rəqəmsal xidmət satıcıları müxtəlif dərəcədə yetkinlik və qabiliyyətə malik olmalı və məhsulları dərinləndirilməlidirlər. Sığorta şirkətləri, öz növbəsində, gələcəkdə sığorta məhsulları satıcıları ilə tərəfdaşlıq edərkən biznes ehtiyaclarını hərtərəfli anlamalıdırlar.

3. Strategiya və yol xəritəsi. Buraya rəqəmsal transformasiya imkanlarını təmsil edən maddi və prioritet istifadə halları daxil edilməlidir. Bu mərhələdə işçilər üzərində potensial təsir ilə yanaşı, müəyyən edilmiş miqdarda əldə ediləcək fayda müəyyənləşdirilməlidir.

4. İcra. Portfel yanaşmasının qəbul edilməsi rəqəmsal çevrilmə prosesindəki potensial riskləri azaldır. Nəticədə, müasir idarəetmə düşüncəsi və çevik metodların istifadəsi, xidmət istifadəçisinin xidmət qəbulunu təmin etmək və işçilər tərəfindən başa düşülən və istifadə edilən xüsusi bir sistemi dəstəkləmək üçün vacibdir.

Dörd mərhələdə dəyişikliklərin idarəedilməsi üçün model, tətbiqetmə yanaşması uzunmüddətli uğur üçün vacibdir. Belə bir model strategiyanın və vizyonun reallığa çevrilməsinə kömək edir, rəhbərliyin tam öhdəliyi daxil olmaqla bütün təşkilat daxilində qarşıya qoyulmuş məqsədləri təmin edir.

Təşkilatlar rəqəmsal əməyin müvəffəqiyyətlə qəbul edilməsini təmin etmək üçün rolları, məsuliyyətləri və komandaların psixologiyasını yenidən nəzərdən keçirməlidir. Şübhəsiz ki, texnologiyanın tətbiqi ilə şirkətlərdə işçilərin iş yerlərini əlindən alacaqları və gəlir keyfiyyətinə təsir edəcəkləri barədə narahatlıqlar mövcud

olacaqdır. Buna baxmayaraq, insanlar və texnologiya bir-birinə qarşı deyil, yan-yanə çalışdıqları hibrid bir işçi qüvvəsi meydana gətirirlər.

Qeyd etməliyik ki, Azərbaycanda da sığorta işinin texnoloji mahiyyətini dəyişdirmək və yeni rəqabət üstünlüyü yaratmaq zamanıdır. Rəqəmsal əməyin şirkətlərdə istifadəsi isə bu cür planların yerinə yetirilməsini praktiki olaraq görmək üçün əsasdır. Ölkəmizdə hal-hazırda müxtəlif sektorlar üzrə gələcək yönümlü innovasiya siyasəti reallaşdırılır. Sənayeləşmədə və innovasiya sahibkarlığının inkişafında ölkədə yaradılan texnoparkların əhəmiyyəti böyükdür. Mahiyyət etibarilə eyni olsa da, müxtəlif ölkələrdə texnoparkların strukturunda fərqli məqamlar var. Texnopark adı hər ölkədə fərqli şəkildə istifadə olunur (Cəbiyev F. və Həsəni N., 2020).

Cədvəl 4: Dünyadakı texnoparkların adlandırılması (%-lə)

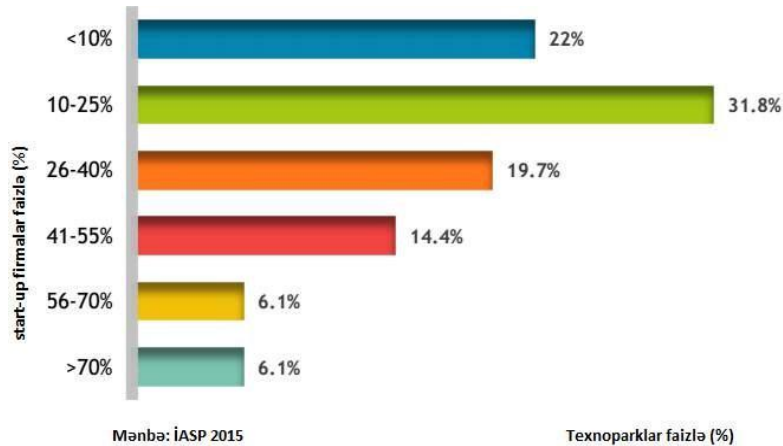
Adı	%
Texnologiya parkı	30
Elm parkı	24
Elm və texnologiya Parkı	13
Tədqiqat parkı	10
Texnokent/Texnopol	5
Digər	18

Mənbə: Beynəlxalq Elm Parkları Assosiasiyası, (<https://www.iasp.ws/>)

Texnoparklar yeni işə başlayan gənc sahibkarlar üçün əlverişli “himayədar” rolunu oynayır. Təşəbbüskarlar yenilikçi fikirlərini ticariləşdirmək üçün texnopark ekosistemindən faydalanırlar. 5 il və ya daha qısa müddət ərzində dəstəklənən bu firmalar texnoparkın təqdim etdiyi araşdırma, marketinq, mühasibatlıq və sair kimi xidmətlərdən faydalanaraq, fəaliyyətlərini bazar şərtlərinə uyğun hazırlayırlar. Texnoparkda formalaşdırılmış ekosistemin verdiyi imkanlardan faydalanan startup komandaları öz fəaliyyətləri ilə ekosistemin inkişafına da töhfə verirlər. Aşağıdakı qrafikdən də görüldüyü kimi, startuplar texnoparkların

zənginləşməsində xüsusi əhəmiyyətə malikdir (Qasimov İ.H. və Cəbiyev F.A., 2017).

Qrafik 1: Texnoparkda yer alan startup firmalar



Mənbə: Beynəlxalq Elm Parkları Assosiasiyası, (<https://www.iasp.ws/>)

Sığorta bazarında şirkətlər tərəfindən rəqəmsal əməyin tətbiqinin bir çox faydaları mövcuddur. Belə ki, proqram robotları 7/24 işləyə və keyfiyyəti yüksəldə bilər. Həmçinin rəqəmsal sürətdə miqyas ala bilər, bu zaman digər işçilər isə daha strateji fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün zaman qazana bilər. Bundan başqa, onlar coğrafi mövqedən təsirlənmir. Onların birbaşa maliyyə faydaları isə aşağıdakılar kimi qruplaşdırıla bilər:

- xərclərin səmərəliliyi-iqtisadi siyasətin həyata keçirilməsinə xidmət, iddiaların daxil edilməsi, fakturanın işlənməsi kimi təkrarlanan manual proseslərdə xərclərə potensial qənaət;

- daha aşağı kapital intensivliyi-botlara ofis və ya tam təchiz olunmuş masalar tələb olunmur.

Botların dolaylı maliyyə faydaları aşağıdakılardır:

- məhsuldarlığın və performansın yüksəkliyi-botlar 7/24 işləyə bilər və tətıl etmir. Sığorta xidmətlərinin satışında və müştərilərə dəstək zamanı virtual agent kimi faydalı ola bilərlər;

- keyfiyyət-həmişə əmr olduğu kimi fəaliyyət göstərir və insan səhvini aradan qaldırırlar.

Qeyri-maliyyə faydaları aşağıdakılardır:

- nəzarət qabiliyyəti-Robotların fəaliyyət qeydləri satış və xidmət proseslərindəki müştəri ilə qarşılıqlı təsirlərini təhlil etmək kimi fəaliyyətlərin və nəticələrin daha asan nəzərdən keçiriləcəyi deməkdir;

- işçilərdən məmnun olmaq-Botlar dünyəvi və təkrarlanan işləri yerinə yetirə bilər, bu da insanların daha çox dəyər əlavə edən tapşırıqlara və yeniliyə yönəlməsini təmin edir;

- proseslərin rəqəmsallaşdırılması-Proqram botları davamlı olaraq proseslər haqqında məlumat yaradır. Eyni zamanda sığortaçının prosesləri optimallaşdırmaq üçün rəqəmsal əməyin istifadəsi məqsədilə yeni yollar barədə ideyalar təqdim edir.

Tədqiqatlar sübut edir ki, ölkədə rəqəmsal əməyin tətbiqinə kapital qoyuluşları təsir edir və bu sahədə investisiya potensialının müxtəlif tərkib hissələrindən ibarətdir. Müvafiq potensialın formalaşması rəqəmsal əməyin nəticəsindən asılı olur. Rəqəmsallaşmanın tam tətbiqi xidmətlər və istehlakın səviyyəsi, kadr və resurs ehtiyatları, rəqəmsal infrastruktur təminatı, rəqəmsallaşmanın institusional bazası, rəqəmsallaşma sahəsində maarifləndirmənin səviyyəsi, sığorta bazarında innovativ fəaliyyət, həmçinin iqtisadi situasiya, kommunikasiya resurslarından asılıdır. Sadaladığımız göstəricilərə əsasən Azərbaycanın sığorta bazarının investisiya potensialını araşdırarkən müəyyən edirik ki, əksər parametrlər investisiya cəlb etmək aspektindən müasir standartlara uyğun gəlmir. Bununla bərabər, müvafiq sferada müəyyən irəliləyişlər mərhələli şəkildə baş verir.

İnvestisiyaların qoyulmasında çatışmazlıqlara bu sferada hər hansı xüsusi təminatın olmaması, xüsusilə sığorta sisteminin inkişaf etməməsi və ya lazımı səviyyədə inkişaf etməməsi müəyyən problemlər yaradır. Ona görə də, sığorta sisteminin sürətli inkişaf etdirilməsi, sığorta bazarının daha da genişləndirilməsi qarşısında duran başlıca vəzifələrdən biri kimi qəbul edilməlidir(Aslanova T.T., Fətahova N.R., 2020: s.11).

Müasir iqtisadi şəraitdə tələblərin artmağa davam etməsilə yanaşı, ehtiyatların azalması sığortaçının informasiya texnologiyalarının imkanlarının daha az xərclə

daha da çox olması gözlənilir. Bulud xidmətləri sığortaçıların iş qaydalarını dəyişdirir.

Bu cür xidmətlərin potensial faydaları aşağıdakılardır:

- Açar həllərə giriş. Bulud, adətən, sığortaçıların daxili inkişaf xərclərinin kiçik bir hissəsinə satın alınmış istifadəyə hazır xidmətlər göstərir;

- Daha sürətli və daha yaxşı inteqrasiya imkanları. Sığorta sektoru sürətlə əlaqələndirilir. Bulud vasitəsilə iş ortaqları və müştərilərin (məsələn, sosial media vasitəsilə) birbaşa inteqrasiyası yüksək sürətlə və aşağı qiymətə əldə edilə bilər;

- Daha sürətli, daha əhatəli məlumat analitik qabiliyyətlərinə nail olmaq. Bu, rəqabətlik, daxili və onlayn məlumatlardan əldə edilən fikirlərdən maksimum dərəcədə istifadə edə bilmək deməkdir;

- Bulud ucuz qiymətə praktik olaraq məhdudiyətsiz məlumat işləmə imkanları təmin edə bilər;

- Səmərəli uyğunluq: Bulud provayderləri sığortaçıların bunu özləri həyata keçirmələri və idarə etmələri üçün bir qədər rahatlıq təmin edən bir sıra mexanizmlər və tənzimləmələr qururlar;

- Birləşmələrdə və satınalmalarda İT xərclərinin minimuma endirilməsi. Eyni bulud xidmətlərindən istifadə edən sığorta şirkətləri daha sürətli, daha asan və daha ucuz şəkildə inteqrasiya və ləğv edilə bilər.

Buluda qoşularkən məlumatlarla nə etmək lazım olduğuna xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. İşgüzar sənədlərin yazılması, müqavilə bağlanması, təchizatçı rəhbərliyinin yaradılması və s. daxil olmaqla bir sıra standart elementləri nəzərdən keçirmək lazımdır, lakin buna əlavə olaraq sığortaçıların çox vaxt kifayət qədər nəzərə almadığı bəzi mülahizələr var. Sığortaçılar gizli tibbi qeydlər kimi əhəmiyyətli miqdarda şəxsi məlumatları saxlayırlar.

Məlumatların buluda ötürülməsi texniki, təşkilati və hüquqi baxımdan aydınlaşdırma tələb edir. Qlobal məlumat trafiki ilə, daxili və xarici tərəfdaşlarla sərhədlərarası əlaqələr yoxlanılmalı və uyğunluq tələblərinə cavab verib-vermədiklərini müəyyən etmək lazımdır. Məsələn, Rusiya və ya Çindən ötürülən

informasiya kommunikasiya məlumatları və ya Almaniyadan köçürülmüş ƏDV məlumatları xüsusi tədbirlər tələb edir. Məlumat qoruma pozuntularına görə böyük cərimələr tətbiq edilərkən, müvafiq məlumat qoruma tədbirləri ciddi qəbul edilməlidir. Nəzərə alınmalıdır ki, bəzi hökumətlər məlumatların buludla hərəkətini fəal şəkildə məhdudlaşdırır və buludu əlçatmaz edir. Göndərilən məlumatlar analiz edilməli, təsnif edilməli və məsələn, şifrələmə texnologiyasından istifadə edilərək kifayət qədər qorunmalıdır.

İnformasiya texnologiyalarının intensiv istifadəsi, qiymət ayrı-seçkiliyinin bir növü olan müştərilərə özəl fərdi qiymətlərin ortaya çıxmasına da səbəb ola bilər. Fərdi qiymətlər rəqabətə müsbət təsir göstərməyə meyllidir və çox vaxt istehlakçıların rifahını artırır. Bununla belə, bəzi hallarda fərdi qiymətlər zərərli də ola bilər, potensial olaraq şirkətlərin istehlakçılarla işləməkdən birtərəfli fayda əldə etmələri və onlar üçün haqsızlıq hissi yaratması üçün potensial şərait yarada bilər. Bu vəziyyət, xüsusilə, əhatəli məlumatların və inkişaf etmiş data analitikasının istifadəsinin sığorta şirkətlərinin riskləri daha ətraflı bölüşdürməsinə imkan verdiyi sığorta sektorunda, xüsusilə, aktualdır və bu da mövcud risk birləşdirmə prinsiplərinin pozulmasına səbəb olur. Bu, bəzi müştərilər üçün müsbət nəticələr verə bilər. Eyni zamanda mükafatın təyin edilməsi risk qiymətləndirməsinə əsaslandığı təqdirdə istehlakçıların sığortanı məqbul mükafat səviyyəsində ala bilməməsi riskinə də səbəb ola bilər. Sığorta şirkətləri arasında sövdələşmə ilə əlaqədar olaraq, kompüter alqoritmlərinin geniş istifadəsinin şirkətlərin həm açıq, həm də gizli sövdələşməyə nail olmaq, izləmək və tətbiq etmək qabiliyyətini və stimullarını artırma biləcəyi mümkündür. Çünki, qiymət alqoritmləri şirkətlərin saziş pozuntularını aşkar etmə qabiliyyətini artırma bilər. Bundan əlavə, daha çox şəffaflıq və məlumat əldə etmə imkanları səbəbindən, adətən yüksək konsentrasiyalı və oliqopolist bazarlarla məhdudlaşan razılaşma, normal olaraq şirkətlər arasında sövdələşməni təşviq edəcək xüsusiyyətlərə malik olmayan bazarlarda da baş verə bilər.

Bundan əlavə, bəzi ölkələrdə dövlət qurumlarının və antiinhisar orqanlarının fəaliyyəti bank və sığorta sektorlarında rəqabətin təşviqi ilə bağlı müəyyən müsbət təcrübələrin olduğunu göstərir.

2.3. Sığorta bazarının rəqəmsallaşma göstəricilərinin təhlili

Qeyd etdiyimiz kimi, bütün digər sahələrdə olduğu kimi elektron ticarət və avtomatlaşdırma sığorta sektorunda da vacibdir. Müasir dövr rəqəmsal texnologiyaların tətbiq olunmasını tələb edir və Azərbaycanda bir çox şirkətlər sığorta məhsulu təqdimatında elektron xidmətlər metodundan istifadə edir. Yaxın gələcəkdə sektorda mövcud olan bütün xidmətlər üçün sənədlərin toplanması mərhələlərinin müqavilə müddətində elektronlaşdırma ilə təmin ediləcəyi gözlənilir. Ölkəmizdə elektronlaşma prosesi yalnız informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi baxımından deyil, həm də vaxta qənaət baxımından vacibdir. Bu məsələ, həm sığorta şirkətlərinin rəhbərlərinin mütəmadi olaraq nəzarətindədir. Müsbət inkişaf meyillərinin müşahidə olunduğu Azərbaycan sığorta bazarında rəqəmsal xidmətlərin təqdim edildiyi xidmət növləri arasında əsasən əmlakın icbari sığortası, eləcə də nəqliyyat vasitələrinin sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası daha çox inkişaf etmişdir. Digər sığorta növləri isə rəqəmsallaşma prosesində daha az seçilir. Bildiyimiz kimi Azərbaycanın sığorta bazarı beynəlxalq sığorta bazarıyla müqayisə edilərkən birincinin daha sonra yaranması, eləcə də bu səbəbdən inkişafın özünəməxsus cəhətlərinin olduğu açıq aydın görünür. Bütün çatışmazlıqlara baxmayaraq, Azərbaycan sığorta bazarı zaman keçdikcə inkişaf edir və dövrün tələbinə uyğun olaraq rəqəmsallaşır. Həm maliyyə bazarında aparılan dövlət siyasəti, həm də sığorta şirkətlərinin qabaqcıl beynəlxalq təcrübəni tətbiq etməsi nəticəsində sığorta məhsullarının təqdim edilməsi və sığorta xidmətlərinin göstərilməsi prosesinin bütünlüklə elektronlaşdırılması daha sürətli hal alacaq və bu amil də sığorta sektorunun daha çox inkişaf etməsinə səbəb olacaqdır(<https://asa.az/>).

Azərbaycanın sığorta bazarının mühüm inkişaf göstəriciləri ilə bağlı “S&P Global Ratings” qlobal reyting agentliyinin hesabatı müvafiq sahənin inkişaf tendensiyalarının öyrənilməsi baxımından zəruri əhəmiyyətə malikdir.

Azərbaycanın sığorta bazarında fəaliyyət göstərən 4 həyat sığortası şirkəti və 17 qeyri-həyat sığortası şirkətinin olması bazarın ümumi səviyyəsini xarakterizə edir. Bu 21 sığorta şirkətinin 5-i bazar konsentrasiyasının səviyyəsinə ciddi şəkildə təsir etmişdir. Belə ki, 5 ən böyük qeyri-həyat sığortası şirkəti sığorta sektorunun 70%-li hissəsinə nəzarət edir.

Araşdırmalar göstərir ki, böyük şirkətlər əsasən tanınmış brendlərlə xarakterizə edilir, eləcə də istehlakçıların onların sığorta xidmətləri haqqında daha çox informasiyasının olması və həmin şirkətlərin effektiv şəkildə idarə etdikləri satış şəbəkələrinin mövcud olması ilə əlaqədar üstünlüklərdən istifadə edirlər.

“S&P” beynəlxalq reyting şirkətinin təhlilçiləri də vurğulayırlar ki, Azərbaycanın sığorta bazarının tənzimlənməsi rejimi sığorta bazarına yeni sığorta şirkətlərinin daxil olmasını məhdudlaşdırmır. Buna baxmayaraq, son bir neçə ildə sığorta bazarını tənzimləyən orqanın sığorta bazarında qeyri-məhsuldar fəaliyyəti bank və sığorta şirkətlərinin intensiv şəkildə bazarı tərk etməsinə səbəb olub. Təkcə son 4 il ərzində beş sığorta şirkəti bazarı tərk etməyə məcbur olub. “S&P” beynəlxalq reyting agentliyinin hesabatına əsasən qeyd edə bilərik ki, sığorta şirkətlərinin bazarı tərk etmə tendensiyası yaxın bir neçə ildə də davam edəcək və nəticədə düzgün maliyyə planlaşdırılması həyata keçirməyən, problemlə, zəif şirkətlər bazardan kənarlaşacaq.

Statistik məlumatlara əsaslanaraq qeyd edə bilərik ki, xarici investorlar Azərbaycanın sığorta bazarına ciddi şəkildə maraq göstərmirlər. Eləcə də xarici kapitallı sığorta şirkətləri son dövrlərdə Azərbaycan sığorta bazarında mövcud deyillər və bu amil həmin şirkətlərin qlobal fəaliyyət strategiyalarının yenidən nəzərdən keçirilməsi ilə əlaqədardır. Əgər ümumilikdə, maliyyə bazarında ciddi irəliləyişlər qeydə alınmasa, Azərbaycanın sığorta bazarına əlavə xarici kapitallı şirkətlərin daxil olması qeyri-mümkündür.

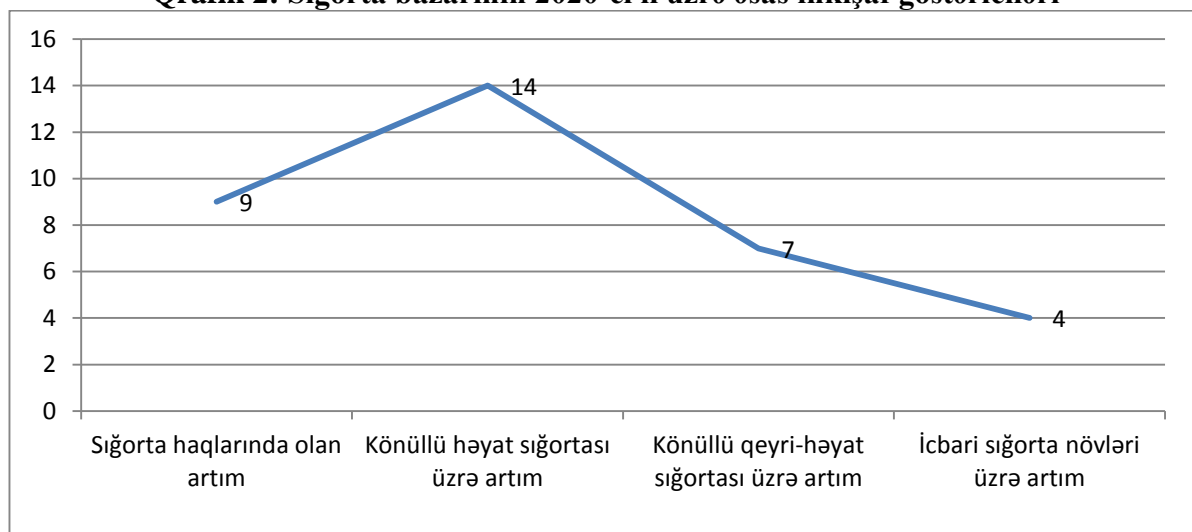
“S&P” qlobal reyting şirkətinin dəyərləndirmələrinə əsasən Azərbaycan sığorta bazarının aktivlərinin strukturunun mühafizəkar olması diqqət mərkəzindədir. Sığorta bazarında sabit gəlirli alətlər və pul vəsaitləri çoxluq təşkil edir. Bazarın

xüsusiyyətlərini tədqiq etdiyimizdən deyə bilərik ki, bazar bu strukturunu müəyyən müddət qoruyub saxlayacaq.

Konkret olaraq 2020-ci il üzrə Azərbaycanda sığorta bazarına ümumilikdə sistem kimi yanaşdıqda, inkişafın spesifik tendensiyaları ilə yanaşı, müəyyən çatışmazlıqlar və geriləmələr müşahidə olunur. Bu hal sığorta bazarının innovativ tərzdə inkişafı və rəqəmsal aspektdən təkmilləşdirilməsinə də təsir edir. Tədqiqatlarımız 2020-ci ildə Mərkəzi Bank tərəfindən 3 sığorta şirkətinin sığorta bazarından kənarlaşdırıldığını və sığorta xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılması istiqamətində tədbirlər gördüyünü meydana çıxarır(<https://www.cbar.az/page-189/insurance>).

Həmçinin, aşağıdakı qrafik 2-də sığorta sektorunun müxtəlif inkişaf göstəricilərini əks etdirmişik.

Qrafik 2: Sığorta bazarının 2020-ci il üzrə əsas inkişaf göstəriciləri



Mənbə: Mərkəzi Bankın 2021-ci il üçün pul və maliyyə sabitliyi siyasətinin əsas istiqamətləri barədə bəyanatı.

Qrafik 2-də görürük ki, 2019-cu illə müqayisədə 2020-ci il ərzində ödənilən sığorta haqlarının miqdarı 9% , könüllü həyat sığortası üzrə sığorta haqları 14%, könüllü qeyri-həyat sığortası üzrə 7%, icbari sığortanın müxtəlif növləri üzrə isə ümumilikdə 4% həcmində artım qeydə alınmışdır. Sığorta şirkətlərinin sığorta məhsulları alıcılarına qarşı bazar münasibətləri xüsusi diqqət mərkəzində olub.

Sığorta bazarında il ərzində inkişaf göstəriciləri təxmini olaraq 10% kimi götürülə bilər. Bu göstəricilər əvvəlki illərdə fərqli məbləğlərdə olmuşdur. 2018-ci il ərzində Azərbaycanda sığorta şirkətlərinin ümumi mükafatları 727 milyon 954,1 min manat təşkil etmiş, 2017-ci ildə bu rəqəm 31% daha çox təşkil etmişdir(<http://interfax.az/view/758256>, 2019).

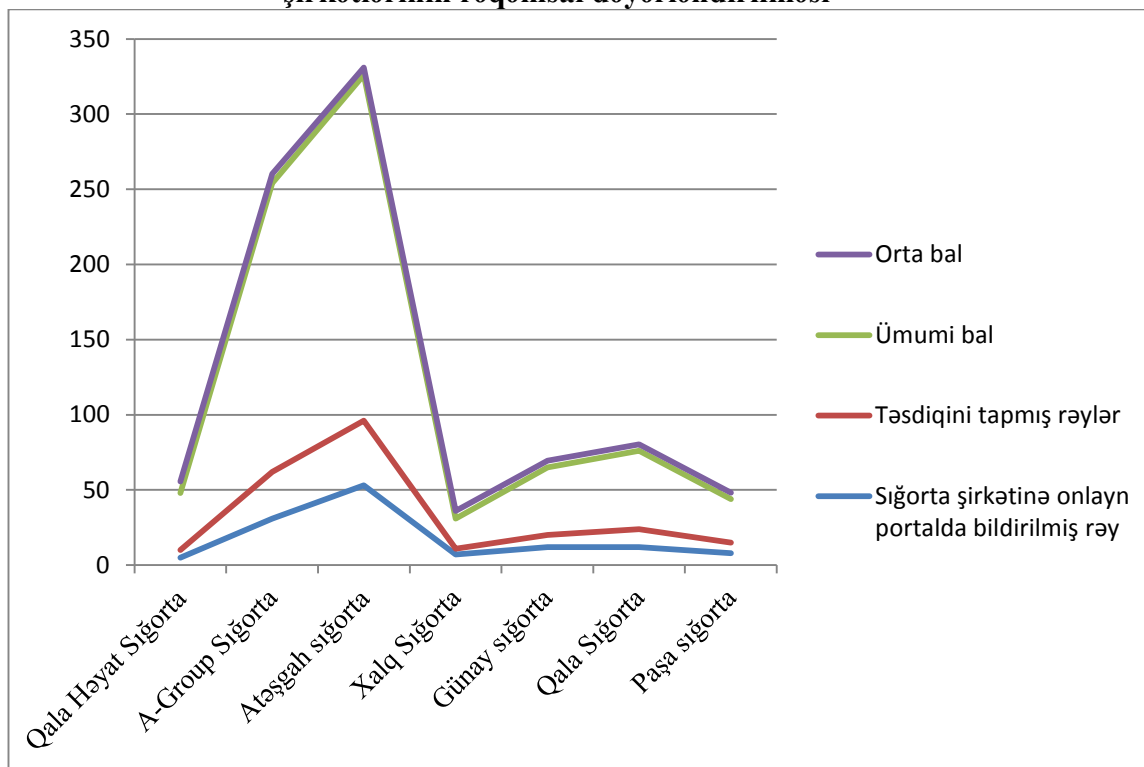
Sığorta bazarının tənzimlənməsi üzrə qanunverici bazanın müasirləşdirilməsi, eləcə də sığorta bazarının müasir dünya təcrübəsinə uyğun inkişaf etdirilməsi istiqamətində intensiv tədbirlər görülmüşdür. Xüsusilə, sığorta bazarında ümumilikdə iqtisadi fəaliyyətin rəqəmsallaşdırılmasına aid olan ixtisaslı kadr hazırlığı və bu sahədə olan istehlakçıların məlumatlandırılması ilə əlaqədar davamlı işlər görülmüşdür.

Bundan başqa qeyd etməliyik ki, sığorta sektorunun aktivlərində ciddi azalma olmamışdır. Hazırda sektorun kapital mövqeyi onun yüksək ödəmə qabiliyyətini təmin edir. Fərdi şirkətlər üzrə bazar göstəriciləri isə bir-birindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Sığorta bazarında fəaliyyətin müasir standartlar əsasında qurulması ölkə əhalisi arasında sığorta şirkətlərinə qarşı olan müəyyən inamsızlığın aradan qalxmasına xidmət edir. Sığorta şirkətlərinin fəaliyyətlərini təkmilləşdirməsi, sığortalılar və potensial istehlakçılarla əlaqənin dərinləşdirilməsi, eləcə də daha da əlçatanlığı təmin etmək məqsədilə rəqəmsal texnologiyaların tətbiqinə geniş yer verməsi istehlakçı məmnuniyyətini daha da artırır. Bütün sığorta şirkətləri demək olar ki, onlayn xidmətlər təklif edir və məhsulları bu formada reallaşdırır. Həmçinin, riskin qiymətləndirilməsi, sığorta məhsulları istehlakçılarına güzəştlərin avtomatik qaydada hesablanması həyata keçirilir. Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasının rəsmi saytı sığorta şirkətləri və məhsulları ilə bağlı informasiya əldə etmək istəyən hüquqi və fiziki şəxslərə hərtərəfli informasiya təqdim edir. Belə ki, burada məlumatlandırma mərkəzi mövcuddur ki, bu mərkəz vasitəsilə video təlimlər, sığorta yenilikləri, eləcə də digər faydalı məlumatlar təqdim edilir. Bundan başqa, sığorta şirkətlərinin reytingi və onlara bildirilən rəylər əks etdirilir.

Assosiasianın məlumatlarına istinad edərək, ilk sıralarda olan sığorta şirkətlərinin siyahısını qrafik 3-də göstərmək olar. Aşağıdakı qrafikdə müxtəlif sığorta şirkətlərinin istehlakçılara istinadən dəyərləndirilməsi həyata keçirilmişdir.

Qrafik 3: Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasının göstəricilərinə əsasən sığorta şirkətlərinin rəqəmsal dəyərləndirilməsi



Mənbə: Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyası, (<https://asa.az/>)

Qeyd etmək lazımdır ki, sığorta şirkətləri haqqında onlayn qaydada bildirilən rəylər konkret xidmət və ya fakt ilə bağlı olmadıqda, onlara verilən ballar ya aşağı olur, ya da ümumiyyətlə sıfır kimi götürülür. Bu konkret sığorta hadisələri zamanı sığorta şirkətlərinin verdiyi reaksiyanı obyektiv müəyyənləşdirmək məqsədi daşıyır.

Sığorta bazarında rəqəmsallaşma göstəricilərinin öyrənilməsinin və rəqəmsal araşdırmaların nəticələrinin tətbiqinin rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi ilə bağlı sığorta şirkətləri üçün güclü təsiri var. Xüsusi tətbiq halları üçün bazarda olan ümumi axınla getmək və ümumi standartları qəbul etmək kifayət deyil. Bunun əvəzinə, şirkətlər rəqəmsallaşdırma barədə daha strateji düşünməli və bunun daxili və xarici əməliyyatlar da daxil olmaqla ümumi biznes fəaliyyətlərinə transformasiya təsirini qəbul etməlidirlər. Nəzəri baxımdan araşdırmamız rəqəmsal yenilik

anlayışının sığorta sənayesində necə tətbiq oluna biləcəyini və rəqəmsal yeniliyin hansı alt kateqoriyalarının daha çox öyrənilməsinə ehtiyac olduğunu göstərir.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanın sığorta bazarını daha dərinlən öyrəndikdə Mərkəzi Bank tərəfindən sığorta haqları üzrə açıqlanan göstəricilərin 1,7 milyard manatdan da yüksək məbləğə çatdırmaq üçün geniş imkanları olduğunu görürük. Həmçinin, sığorta bazarının inkişafı ölkə iqtisadiyyatının ümumi inkişafından asılı olduğundan, son dövrlərdə dünya iqtisadiyyatında baş verən iqtisadi proseslərin təsirindən kənarda qalmır. Belə ki, Azərbaycan qlobal iqtisadiyyata kifayət qədər inteqrasiya etdiyindən baş verən maliyyə çətinlikləri sığorta sektorunun inkişaf templərinə müəyyən təsirlər edir. Hər il Azərbaycanda illik iqtisadi artım və sosial rifahın müəyyən fərqli nisbətlərdə yüksəlməsi müşahidə olunur. Bu baxımdan sığorta bazarında yeniliklərin tətbiqi ləngimdir.

Rəqəmsal texnologiyalar artıq sığorta kontekstində bir çox tətbiq sferası qazanmışdır. Sığorta bazarında əməliyyat infrastrukturunun, ümumiyyətlə, çox sabit olduğu qlobal müstəvidə rəqəmsal tətbiqetmələrin təsirləri olduqca yaxşı öyrənilərsə, bu istiqamətlər Azərbaycanda tətbiq edilə bilər (Asian Development Bank, 2019: p.25). İnkişafın mövcud vəziyyəti Azərbaycan sığorta sektorunun tam rəqəmsallaşdırılması yolunda yalnız ilk addım kimi qəbul oluna bilsə də, rəqəmsallaşdırma ilə biznesin mövcud göstəriciləri arasındakı əlaqənin təhlili üçün əsas kimi istifadə etmək hələ də tam vəziyyəti əks etdirə bilmir. İllik hesabatlarda şirkətlərin rəqəmsal transformasiyaya yer verməmələri və rəsmi olaraq özlərinin maliyyə fəaliyyətlərilə əlaqədar rəsmi göstəriciləri haqqında məlumatlar verilir. Bu göstəricilərin təhlilinə öncəlik versək, bu bizə təşkilatların rəqəmsal gündəmlərini deyil, maliyyə vəziyyətlərini araşdırmaq üçün möhkəm bir empirik zəmin yaradır.

III FƏSİL. RƏQƏMSAL SİĞORTANIN AZƏRBAYCANDA İNKİŞAF TENDENSİYALARI

3.1. Azərbaycanda rəqəmsal sığorta bazarının cari vəziyyəti və təkmilləşdirmə yolları

Azərbaycanda sığorta sektorunun iştirakçıları maliyyə sferasında dayanıqlığın və iqtisadi baxımdan təhlükəsizliyin təmin olunması vasitələrindən biri kimi, sosial müdafiə sahəsində fəaliyyətin əsasını təşkil edir. Bu həm də ehtiyatlıqla bağlı görülən mühüm tədbirlərdən biridir. Bazar iqtisadiyyatının inkişafının ilk dövrlərindən başlayaraq, sığorta mexanizmi müxtəlif formada Azərbaycanda tətbiq olunmaqdadır. Hər hansı spontan hadisə baş verərkən və həmin hadisənin zərəri dəydiyi halda yaranmış zərərin minimuma endirilməsi sığortanın əsas məzmununu təşkil edir.

Ölkədəki sığorta şirkətlərinin göstərdiyi xidmətlərdən rəqəmsal istifadəni asanlaşdırmaq məqsədi ilə, həmçinin ayrı-ayrı sahibkarlar da müxtəlif addımlar atırlar. Bütün sığorta şirkətlərini özündə birləşdirən “www.insure.az” saytı vasitəsilə potensial sığorta məhsullarının istehlakçısı almaq istədiyi sığorta məhsulunu seçə, ondan tələb olunan məlumatları daxil edə və nəticədə onun üçün ən sərfəli qiymətə həmin məhsulu təklif edən sığorta şirkətini avtomatik qaydada görə bilər. Lakin bu o demək deyil ki, istehlakçı ilk təklif olunan sığorta şirkəti ilə məhdudlaşır. İstehlakçı istənilən digər sığorta şirkətini seçə və onun xidmətlərindən yararlanı bilər. Sayt vasitəsilə təklifin üstün cəhəti odur ki, istehlakçının sığorta tarixçəsinə uyğun daha çox güzəşt təklif edən sığorta şirkətinin irəli çıxarılmasıdır(<https://insure.az/>). Beləliklə əgər istehlakçı xidmətin alınması ilə əlaqədar qərar qəbul edərsə, müxtəlif ödəmə vasitələrindən birini seçməklə bir neçə dəqiqə ərzində ödənişi edərək məhsulu ala bilər. Təbii ki, elektron ödənişlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məqsədilə həm “Hökumət Ödəniş Portalı”, həm də digər özəl ödəniş sistemləri istifadə edilə bilər(<https://www.e-gov.az/>).

Xüsusilə, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2019-cu il 28 noyabrda imzaladığı sərəncam ilə maliyyə bazarlarına nəzarətlə əlaqədar funksiyaları AMB-a verməsi sığorta bazarında çevikliyi artırdı. Bu həm də özünü rəqəmsal həllərin təklif

olunması ilə göstərdi. 2019-cu ildən sığorta bazarında olan dinamika müvafiq bazara aid olan icmal göstəricilərin açıqlanması ilə daha aydın hiss edilir.

Sığorta bazarında şirkətlərin rəqəmsal kanallar vasitəsilə əməliyyatlar aparması və sığorta siyasətinin həyata keçirilməsinin innovativ texnologiyalardan əhəmiyyətli dərəcədə asılı olması rəqəmsal sığorta kimi qəbul edilir. İşin daha səmərəli olması üçün sığorta şirkətləri rəqəmsal sığorta platformalarından istifadə edirlər. Ənənəvi sığorta ilə müqayisə etsək, aşağıdakı fərqləri görə bilərik:

- istehlakçıya ilk olaraq biznes yanaşmanı təklif edir;

- sığorta məhsullarının potensial istehlakçısına yuxarıda sadalanan müxtəlif əlaqə vasitələrdən ən uyğunu ilə axtarış, müqayisə və sığorta məhsullarının onlayn qaydada əldə edilməsi təklif edilir. Üstəlik, bütün bunlar vasitəçi və agentlər olmadan da mümkündür;

- sadələşdirilmiş seçim imkanlarının təklifi;

- iddialar, risk dəyərləndirilməsi və qiymətləndirmənin müasir əməliyyat sistemləri ilə, yeni xüsusi sığorta texnologiyaları vasitəsilə həll edilməsi.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqəmsal sığorta rəqəmsal texnologiyalar vasitəsi ilə ənənəvi və ya spesifik (rəqəmsallaşdırma nəticəsində yaranan) ehtiyacın ödənilməsi yoludur. Sığorta bazarında rəqəmsallaşma, sığortaçının fəaliyyət proseslərində rəqəmsal texnologiyalardan istifadəsi deməkdir. Bu konsepsiya ilə yanaşı “iş proseslərinin rəqəmsallaşdırılması” termini də istifadə edilə bilər. Çox vaxt yeni istehsal texnologiyaları və simsiz rabitə texnologiyaları rəqəmsallaşdırma prosesində istifadə edilə bilər. Bu anda sığorta şirkətlərində mühasibat xidməti və hesabatların hazırlanması, sığortalıların risk qiymətləndirməsi, sığorta xidmətlərinin satışı və hesablaşma kimi sığortalama prosesinin tərkib hissələri rəqəmsallaşdırmaya daxil olur.

Sığorta şirkətlərinin sığortalama prosesinin rəqəmsallaşması bir çox cəhətdən blokçeyn texnologiyalarının inkişaf dərəcəsi və onun sığorta işinin müxtəlif mərhələlərində istifadə imkanları ilə müəyyənləşdiriləcəkdir.

Ümumiyyətlə, sığorta bazarında mövcud olan istehlakçılar müasir dövrdə şirkətlərdən rəqəmsal fəaliyyətlərin aktivləşdirilməsini gözləməklə, onların qiymətləndirilməsini də aparırlar. Sığorta şirkətləri də öz növbəsində mövcud olan rəqəmsal imkanların mövcudluğunu inkar edə bilməz. Lakin, bu məqamda onların rəqəmsal transformasiyaya necə yanaşmaları da mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Qeyd etməliyik ki, rəqəmsal sığorta bazarının inkişafı tək yeni mobil qurğuların və ya tətbiqlərin meydana gəlməsi ilə bağlı deyil. Bu müvafiq texnologiyaları innovativ yollarla istifadə etməklə, real istehlakçı kütləsinə fokuslanmaqla mümkündür. Sığorta şirkətləri öz daxili əməliyyat sistemlərini təkmilləşdirməklə və yeni texnologiyaları tətbiq etməklə rəqəmsal istehlakçıları qazanmalıdır.

Mövcud sığorta şirkətləri sığorta texnologiyalarından tutmuş rəqəmsal əməliyyatlara qədər bütün fəaliyyət prosesində istehlakçıların etibarını rəqəmsal transformasiya zamanı düzgün alətlərin seçilməsi, uyğun tərəfdaşların tapılması və faydalı ideyaların dəstəklənməsi ilə qazana bilər.

Sığorta münasibətləri bazar iqtisadiyyatı şəraitində ölkənin sürətli iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayır. Sığorta şirkətləri tərəfindən risklərin xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla, onlara uyğun sığorta məhsullarının işlənilməsi fiziki və hüquqi şəxslər üçün, o cümlədən cəmiyyət və dövlət üçün çoxcəhətli faydalılıq yaradır. Maliyyə bazarında baş verən mütəmadi texniki yeniliklər biznesin təşkilati forma və xüsusiyyətlərinə də təsir edir. Belə ki, müxtəlif platformaların, “Big data” texnologiyalarının istifadəçiləri, süni intellekt və başqa amillər imkan verir ki, daha rentabelli sığorta məhsulları təqdim edilsin. Operativ yaddaşın gücləndirilməsi və məlumatların saxlanması xərclərinin əhəmiyyətli dərəcədə ixtisar edilməsi sığortaçılara fəaliyyətini yenidən təşkil etməyə imkan verir.

Sığorta şirkətlərinin əsas məqsədi sığorta məhsullarının istehlakçıların rəqəmsal iqtisadi mühitdə tələblərinin tam qarşılınması olmalıdır. İstehlakçılara sadəcə bir toxunuşla sığorta məhsulunu almaq, günün istənilən vaxtında əlçatanlıq və sürətli çatdırılma təqdim olunur. Həmçinin, müvafiq sahə məhsulu haqqında

dəqiq və ətraflı məlumat, rəqəmsal texnologiya vasitəsilə innovasiyaya əsaslanan fərdi xidmətlər almaq da tələblərin əhəmiyyətlişindəndir.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın spesifik risklərinin sığortalanması baxımından rəqəmsal sığortanın inkişafı aşağıdakılarla müəyyən ediləcəkdir:

- Azərbaycan iqtisadiyyatında rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi səviyyəsi;
- rəqəmsal texnologiyaların, ilk növbədə süni intellektin və internetin istehsalı da daxil olmaqla İot inkişafı və mürəkkəbliyi;
- kiber risklərin və rəqəmsal iqtisadiyyatın digər risklərinin sığortalanmasına dair Azərbaycanda qanunvericiliyin hazırlığı;
- ilk növbədə sığorta öncəsi audit və sığorta hadisəsinin səbəblərinin qiymətləndirilməsinə yönəlmiş rəqəmsal risk sığortası infrastrukturunun inkişafı;
- rəqəmsal risklərin həyata keçirilməsindəki maneələrə yönəlmiş qoruma sistemlərinin səviyyəsi.

Aşağıdakı rəqəmsal texnologiyalar Azərbaycanda sığortaçılar arasında tətbiq olunmaq üçün ən populyardır:

- yeni istehsal texnologiyaları (telematik, teletibb və digərləri);
- biznes prosesləri üçün internet texnologiyaları;
- böyük məlumat bazalarının texnologiyaları;
- süni intellekt texnologiyaları.

2018-ci ildə “PwC” şirkəti hesabatını açıqlamış və bu hesabatda sorğuda iştirak edən sığorta rəhbərlərinin 44%-inin mövcud sığorta şirkətlərinin hazırki vəziyyətdə bazarda qalacağına inanmadıqları aşkar edilmişdir (<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2018/deep-dives/pwc-ceo-survey-2018-insurance.pdf>,2018). Onlar qeyd etmişlər ki, sektor çox böyük bir sürətlə dəyişir və bu bir çox sığorta şirkətinin gəlirliliyinə, eləcə də mövcudluğunu davam etdirməsinə təhdidlər yaradır. Buna cavab olaraq, bir çox şirkətlər rəqəmsal sığortaya doğru irəliləməyə başladı və rəqəmsal proqramın

növbəti illərdə şirkətlər üçün ən vacib biznes prioriteti olduğu vurğulanaraq, gələcək illər üçün rəqəmsal proqramlar qəbul edilməyə başlandı. Rəqəmsal texnologiya bir biznes prioritetidir və yalnız sistemlərin rəqəmsallaşdırılması ilə əlaqəli deyil, ümumiyyətlə fəaliyyətin rəqəmsallaşması ilə bağlıdır:

- müştəri sədaqətini inkişaf etdirmək üçün rəqəmsal və ənənəvi kanallarda böyük, vahid müştəri təcrübələri yaratmaq;

- əməliyyatları yaxşılaşdırmaq, gəliri artırmaq və xərcləri azaltmaq üçün rəqəmsal platformalardan istifadə;

- analitikanı və avtomatlaşdırmanı inkişaf etdirmək və böyük müştəri mərkəzliliyi təmin etmək üçün məlumatların izlənməsi;

- istehlakçı ehtiyaclarına uyğun yeni məhsulların yönəldilməsinə dair məlumatların verilməsi;

- əvvəlki sistemlərin təkmilləşdirilməsi və rəqabətə üstünlük vermək üçün yeni texnologiyaların inteqrasiyası;

- gələcəyi əhatə edən strategiya qurmaq üçün rəqəmsal tendensiyaları izləmək.

Sığorta şirkətləri, eyni zamanda 2019-cu ilin sonları və 2020-ci il ərzində dünyada və ölkə ərazisində xüsusi hal yaşandığından, sığortalama proseslərinin idarə edilməsinə xüsusi olaraq yanaşmışlar. “COVID-19” böhranının üç əsas mərhələsini idarə etməklə, bazar payını qoruyub saxlamaqla onun artırılmasına çalışan sığorta şirkətləri müxtəlif innovativ addımlar atmışlar. Bu mərhələlər reaksiya vermək, bərpa dövrü və inkişaf mərhələsidir. Pandemiya baş verdikdə, sığortaçılar işin davamlılığını təmin etmək və müştərilərə, eləcə də cəmiyyətlərinə problemi həll etməyə kömək etmək üçün təcili tədbirlər görərək reaksiya verdilər.

Qeyd edək ki, pandemiya ilə əlaqədar xüsusi dövrdə iqtisadi artımın zəifləməsinə baxmayaraq, bəzi sığorta xidmətlərinə görə ödənişlərdə əhəmiyyətli dərəcədə artım olmuşdur. Xüsusən, turizm sektorunda beynəlxalq və daxili səviyyədə pandemiya ilə əlaqədar geriləmələr olduğundan, səyahət sığortası ilə bağlı xidmətlərin göstərilməsi və gəlirlərin əldə edilməsi demək olar ki, dayanmışdır. Buna səbəb həm ölkələrarası, həm də ölkədaxili gediş-gəlişə müəyyən

məhdudiyyətlərin qoyulması olmuşdur. Nəticədə səyahət sığortasına aid sığorta yığımlarını minimum səviyyəyə endirsə də, beynəlxalq və regional yükdaşımaların aktuallığını qoruması, eləcə də bu sahənin qadağalardan kənarda qalması yüklərin sığortalanması üzrə sığorta yığımlarını artırmışdır.

2020-ci il ərzində pandemiya mühitində Azərbaycan iqtisadiyyatının əksər sektorlarında mənfi nəticələr qeydə alınmışdır. Sığorta xidmətlərinin satıcılarının satışın azalmasını qeyd etməsinə, eləcə də əvvəldə də vurğuladığımız kimi bir neçə sığorta şirkətinin sığorta bazarından kənarlaşdırılmasına baxmayaraq, Mərkəzi Bank tərəfindən sığorta bazarı ilə bağlı açıqlanan statistik göstəricilər, müvafiq dövrdə sığorta sektorunun uğurlu olmasını deməyə əsas verir.

Pandemiyanın ölkə ərazisində geniş yayılması kənd təsərrüfatına da ciddi təsir etməmişdir. Bununla da aqrar sferada sığorta xidmətlərinin reallaşdırılması müsbət istiqamətdə olmuşdur. Bu həm də Aqrar Sığorta Fondunun fəaliyyətinin daha da aktiv şəkildə təşkil edilməsi fonunda kənd təsərrüfatının müxtəlif sahələri üzrə sığorta məhsullarının satışında artım tendensiyalarının olması ilə əlaqələndirilə bilər.

Bir sıra sahələrdə aktivliyin davam etməsi ölkədə iqtisadi mühitdə canlanmaya səbəb olmuşdur. Ölkədə tətbiq edilən xüsusi karantin rejimi müddəti ərzində fəaliyyətinə icazə verilən xidmət və istehsal sahələrində işləyən şəxslərlə əmək münasibətlərinin rəsmiləşdirilməsi də ölkədə sığorta yığımlarının yüksəlməsinə təsir edib. Qeyd etdiyimiz müddət ərzində biznes sahibləri işçilərin rəsmiləşdirilməsi prosesini sürətləndirmiş, bu prosesə, həm də ölkə ərazisində özəl sektora vergi güzəştləri, eləcə də sosial sığorta ödənişlərinin məbləğində 2019-cu ildə edilən dəyişikliklər müsbət təsir göstərmişdir. İşçilərin fəaliyyət göstərən müəssisələrdə rəsmiləşdirilməsi istehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta növü üzrə sığorta ödənişlərinin həcmi artıraraq, ümumilikdə sığorta bazarına əlavə aktivlik qazandırmışdır.

Sığorta şirkətləri ilə bağlı kütləvi informasiya vasitələrindəki ümumi fikirləri, Mərkəzi Bankın hesabatını nəzərə alaraq qeyd edə bilərik ki, pandemiya müddətində

sığorta şirkətlərinin sığorta xidmətlərinin istehlakçılara göstərdikləri xidmətin səviyyəsi qənaətbəxş olmuşdur. Demək olar ki, bütün sığorta şirkətləri rəqəmsal texnologiyaların biznesə tətbiqi nəticəsində məsafədən xidmət göstərərək, ölkədəki vəziyyəti fürsətə çevirmiş, nəticədə qlobal proseslərin tərkib hissəsinə çevrilmişlər.

Sığorta şirkətlərinin xidmətlərinin rəqəmsal transformasiya olunmasına çətinlik yaradan amillərdən bəzən şirkətlərin xərcləri, kadrlar, eləcə də texnologiyanın əldə edilməsi çətinliyi olsa da, digər amil isə istehlakçıların ənənəvi sığorta xidmət tərzinə üstünlük verməsidir. Çünki, rəqəmsal vasitələrdən istifadə müxtəlif sığortalılar üçün çətinliklər yaradır. Rəqəmsal texnologiyanın mənimsənilməsi təsiri də burada hiss edilir. Xüsusilə, zərərlərin dəyərləndirilməsi məqsədilə yaranan anlaşılmazlıqlar, şikayətlərin olması uzunmüddətli yazışmalarla nəticələnir. Təcrübə göstərir ki, müasir texnologiyayı çətin mənimsəyən istehlakçı ilə xidmət təqdim edən şirkət nümayəndəsi üzbəüz görüşlərdə çatışmazlıq hallarında dah tez anlaşma əldə edə bilir.

2021-ci ildə sığortaçılar çətin iqtisadi şərtlərə baxmayaraq, böyümənin yenidən vurğulandığı dövrdə uzunmüddətli bərpa səylərini sürətləndirmək və inkişaf mərhələsinə keçmək üçün iqtisadi səylərini koordinasiyalı şəkildə idarə etməyi düşünməlidirlər.

Azərbaycanda bir infrastruktur quruluşu olaraq sığorta işinin rəqəmsallaşdırılmasının müvəffəqiyyəti və sürəti bir çox cəhətdən iqtisadiyyatın və sosial sahənin rəqəmsallaşma sürəti ilə müəyyən ediləcək, eyni zamanda ölkə vətəndaşlarının sığorta mədəniyyətinin inkişafı və korporativ risk və maliyyə idarəetmə sistemlərində sığorta mexanizmlərindən istifadənin effektivliyi əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərəcəkdir (<https://vergiler.az/news/economy/11603.html>).

3.2. Sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılmasında dövlət siyasəti

Azərbaycan Respublikası Prezidenti 2016-cı il 6 dekabr tarixində təsdiq olunmuş "Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi" vasitəsilə rəqəmsal

ödənişlərin genişləndirilməsi ilə bağlı müxtəlif tədbirlər icra olunması göstərişini vermişdir (Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016). İqtisadi inkişafın davamlılığı mühitində sığorta bazarında reallaşdırılan yeni siyasətin əsas məqsədi ilk öncə Azərbaycan sığorta sistemini təşkil edən elementlərin möhkəmləndirilməsi, həmçinin sığorta bazarını maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsinin tələblərinə əsasən yenidən təşkil etməkdən ibarətdir.

Siyasət baxımından İKT-yə aid strateji yol xəritəsi Prezident tərəfindən 2016-cı il tarixində təsdiq edilmişdir. Bu sənəddə 2020-ci ilə qədər nail olunması gözlənilən 3 əsas strategiya və 10 prioritet qeyd edilir (Cədvəl 5).

Cədvəl 5: Azərbaycan Respublikasında Telekommunikasiya və İnformasiya Texnologiyalarına dair Strateji Yol Xəritəsi

Strateji Hədəf	Prioritetlər
1. İdarəetmə strukturlarının təkmilləşdirilməsi və İKT-nin gücləndirilməsi	1.1. müstəqil tənzimləyici qurumun yaradılması 1.2. telekommunikasiya bazarının liberallaşdırılması 1.3. mobil infraqurum investisiyaların yatırılmasının artırılması
2. Biznes mühitinin məhsuldarlığı və fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması	2.1. rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi 2.2. biznes mühitində texnologiyalara əsaslanan fəaliyyətlərin genişləndirilməsi 2.3. bizneslərin cəlb olunması ilə texnologiya sahəsində təhsilin müasirləşdirilməsi 2.4. dövlət institutlarının elektron sistemlərinin təkmilləşdirilməsi 2.5. İKT sektorunda bilik və kvalifikasiyaların artırılması və təhsil sistemində İKT-nin tətbiqi
3. Dövlət və sosial mühitin rəqəmsallaşdırılması	3.1. dövlət institutlarının informasiya sistemlərinin təkmilləşdirilməsi 3.2. başdan sona qədər vahid elektron səhiyyə infrastrukturunun yaradılması

Mənbə: Asiya İnkişaf Bankı, “Azərbaycan: Ölkənin Rəqəmsal İnkişafının İcmalı”, 2019: s.6

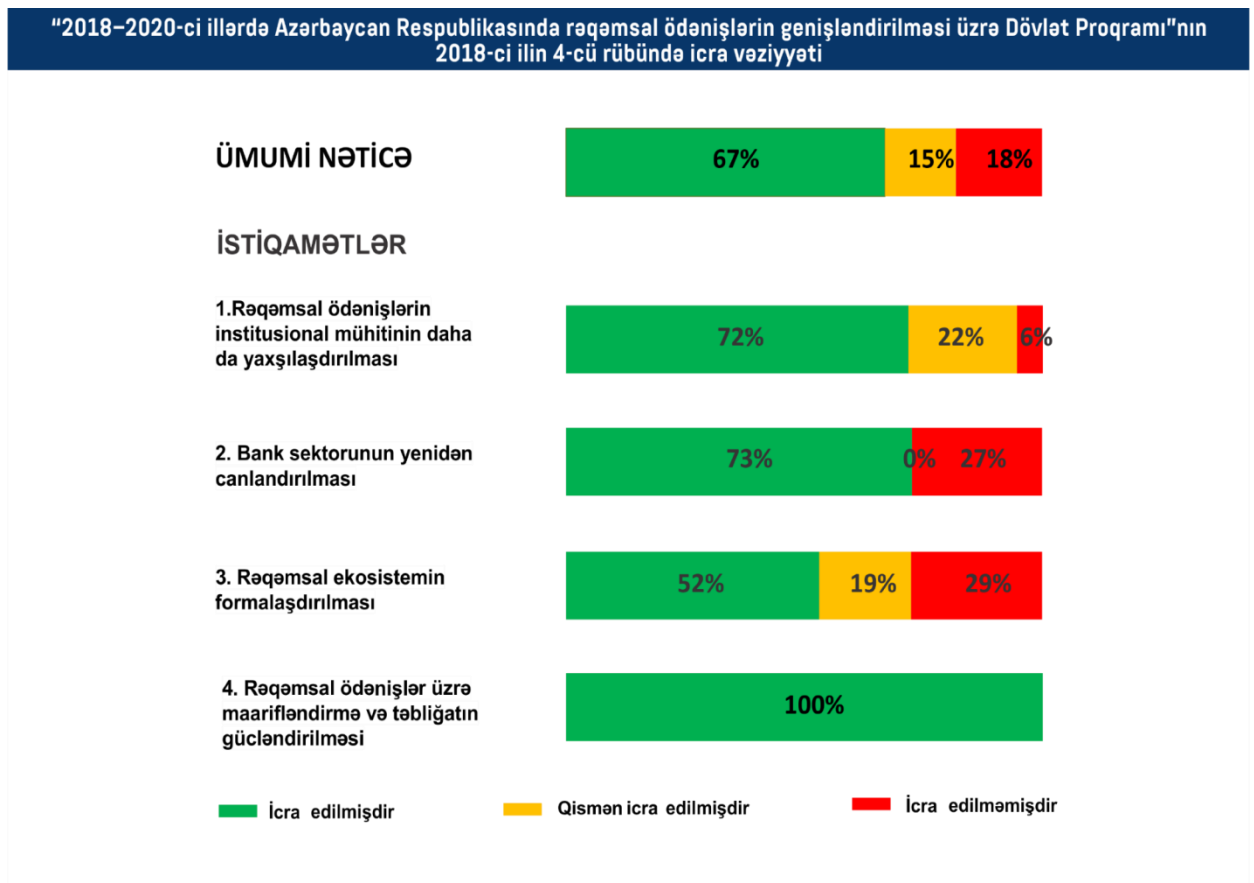
Milli sığorta sisteminin inkişaf dərəcəsi Azərbaycanda vətəndaşların rifah halının yüksək səviyyəsinin təmin edilməsində müəyyənləşdirici xarakter daşıyır. Ölkə əhalisinə göstərilən sosial müdafiə xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi dövlətin qarşısında duran ən vacib vəzifələrdən hesab edilir. Bu baxımdan dövlətin idarə edilməsində sosial istiqamətli siyasətin üstünlük qazanması ölkənin sosial sığorta sisteminin rəqəmsal tələblər əsasında təkmilləşdirilərək inkişafının təmin edilməsini şərtləndirir.

Eyni zamanda, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 26 sentyabr tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2018-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramı”nda rəqəmsal ödənişlərin institusional mühitinin münbitləşdirilməsi, rəqəmsal ekosistem yaradılması və ümumilikdə rəqəmsal ödənişlər haqqında hərtərəfli informasiyaların ötürülməsi, eləcə də bu istiqamətdə təbliğat işinin genişləndirilməsi əsas məqsəd kimi qəbul edilmişdir (2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramı, 2018).

Proqram rəqəmsal xidmətlərin keyfiyyət göstəricilərinin artırılması ilə yanaşı, sosial vəziyyətin stabilliyinin qorunması və inkişafı xarakteri daşıyırdı. Proqramın yerinə yetirilməsi üzrə qiymətləndirmə və monitoring hesabatına nəzər yetirdikdə, bir sıra xüsusiyyətlər nəzərə çarpır. Belə ki, ölkədə sosial müdafiə sahəsində müvafiq sistemin möhkəmləndirilməsi məqsədilə kölgə iqtisadiyyatında mövcud olan işçilərin sayının minimuma endirilməsi istiqamətində neft-qaz hasilatı, emalı və xidmətlərin göstərilməsi sahəsində fəaliyyət göstərməyən, eləcə də dövlət sektoruna aid olmayan vergi ödəyiciləri hesab edilən fiziki şəxslərin maddəli işlərdən aylıq əldə etdiyi gəlirlərdən tutulan vergi 7 il müddətinə tutulmayacaq. Bundan başqa, “Sosial sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa dəyişikliklərin tətbiq edilməsi barədə” Qanun layihəsi formalaşdırılmış, mühüm risk göstəricilərinin yoxlanılması, eləcə də təhlil edilməsi sisteminin yaradılması ilə əlaqədar qabaqcıl təcrübə tədqiq edilmiş və Asiya İnkişaf Bankı, Beynəlxalq

Maliyyə Korporasiyası ilə tərəfdaşlıq münasibətləri yaradılmışdır. Qeyd edilənlərdən əlavə bütün sahibkarlıq subyektlərinin müxtəlif rəqəmsal vasitələrdən istifadə etməklə, əmək müqaviləsinin bağlanması iqtisadi və sosial mahiyyətinin əhalinin və biznes subyektlərinin izahedici xarakterdə nəzərinə çatdırılması ilə əlaqədar əhəmiyyətli addımlar atılmışdır (“2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı”nın 2018-ci ilin 4-cü rübündə icrasına dair monitoring və qiymətləndirmə HESABATI, 2018).

Şəkil 2: “2018-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı”nın 2018-ci ilin 4-cü rübündə icra vəziyyəti



Mənbə: “2018–2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı”nın 2018-ci ilin 4-cü rübündə icrasına dair monitoring və qiymətləndirmə HESABATI.

Azərbaycanda rəqəmsal sığorta bazarına dövlət müdaxiləsi bu sahəni stimullaşdıran amillərdən biridir. Dövlət investisiyaları sığorta bazarında canlanma yaradan əsas amildir. Xüsusilə, sosial sığorta və icbari sığorta sahəsi dövlətin marağında olan sığorta sektorlarıdır. Bu baxımdan Azərbaycan əhalinin sosial

tələbatlarının qarşılınması ilə bağlı olaraq əhalinin universal ilkin tibbi yardımını əldə etməsi baxımından mühüm qərar qəbul etmişdir. Belə ki, 2017-ci il fevral ayında icbari tibbi sığorta ilə əlaqədar Mingəçevir və Yevlax şəhərlərində pilot layihə tətbiq olunmuş, bu Azərbaycanda səhiyyə və sığorta sisteminin rəqəmsal transformasiyasına xidmət edən addımlardan biri olmuşdur. Azərbaycan hökuməti tərəfindən 2020-ci ilə qədər bütün ölkə ərazisində icbari tibbi sığortanın tətbiqi hədəf kimi qoyulmuş və 2020-ci ildə bu məqsəd üçün 26 faiz əlavə olaraq maliyyə resursu ayrılmışdır. Lakin, Covid-19 pandemiyasının sürətli olaraq yayılması, iqtisadi sistemin icbari tibbi sığortanın tətbiqinə tam hazır olmaması müvafiq sistemin 2021-ci ildən tam tətbiqinə və bu sahədə yığımların həyata keçirilməsinə səbəb olmuşdur.

Qarşıdakı illərdə Azərbaycanda sığorta və səhiyyə sisteminin qarşılıqlı əlaqəsinin təmini məqsədilə, maliyyələşdirilmənin səmərəliliyini artırmaq məqsədilə daha çox maddi resurslar cəlb edilməlidir. Bununla bağlı müxtəlif innovativ strategiyalar, həmçinin sığorta ödənişlərinin rəqəmsal bazarda tətbiqi planlaşdırılmışdır.

İcbari tibbi sığorta ilə əlaqədar tibb xidməti göstərən müəssisələrin maddi və texniki potensialının rəqəmsal aspektdən gücləndirilməsi məqsədilə infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, eləcə də optimallaşdırılması baxımından söylər həyata keçirilmişdir(Dünya Bankı, 2020).

Bütün bu kimi həyata keçirilən islahat xarakterli tədbirlər sığorta bazarında elektron xidmətlərin göstərilməsi, eləcə də çoxcəhətli nağdsız ödənişlərin aparılması məqsədilə onlayn ödəniş infrastrukturunu qane edəcək dərəcəyə çatdırmaqla, ödənişlərin iştirakçısı olan iqtisadi subyektlərin müxtəlif ödəniş sistemlərinin infrastrukturuna inteqrasiyası, həmçinin ümumilikdə rəqəmsal iqtisadiyyatın yekun göstəricilərini artıracaqdır. Qeyd edək ki, Azərbaycanda sığorta bazarında 2019-cu ildə 22 şirkət olsa da, 2020-ci ildə isə 21 şirkət fəaliyyət göstərir(<https://www.cbar.az/page-189/insurance>).

Mövcud şəraitdə ölkədə fəaliyyətini davam etdirən sığorta şirkətləri, xüsusilə əhalinin sosial müdafiə sisteminin səmərəli təşkil olunmasında yaxından iştirak

edir(Ataşov B.X., Ələkbərov Ə.Ə., Xudiyev N.N, 2018: s.367). Buna görə də onların xidmət səviyyəsi yüksək olmalıdır. Sığorta şirkətləri, xüsusilə rəqəmsal xidmətin keyfiyyətini artırmaq üçün müəyyən tədbirlər görməlidir. Cədvəl 6-də şirkət tərəfindən həyata keçirilməli olan fəaliyyətlər göstərilmişdir.

Cədvəl 6: Sığorta xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması tədbirləri

Sığorta şirkəti keyfiyyətli bir rəqəmsal sığorta xidməti üçün aşağıdakıları təmin etməlidir:			
şirkətin maliyyə sabitliyini təmin etmək	mülkiyyət maraqlarının qorunmasını təmin edən sığorta şərtləri	sığorta olunanın sığorta ediləcək risklərinin qiyməti barədə təsəvvürünə uyğun səviyyədə sığorta dərəcəsi	sığortaçının zəmanətli ödənişlər və şirkətin həqiqi maliyyə imkanlarının uzlaşması

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

Sosial dəyərlər, hadisələrə münasibət, həyat tərzindəki dəyişikliklər və gözləntilərə cavab verən yeni məhsullar buraxaraq, yeni tələblərə sürətli cavab verən şirkətlər iqtisadi fayda əldə edirlər.

Xüsusilə, Covid-19 böhranı həyat, sağlamlıq və digər sığorta sahələrində sığorta anderraytinəni reallaşdırmaq məqsədilə innovasiyanın önəmini artırıb. Əvvəl sığorta anderraytinəni ənənəvi qaydada, yəni müştəri ilə üz-üzə həyata keçirilirdisə, indiki vəziyyətdə sığorta məhsullarının potensial istehlakçıların riskini dəyərləndirmək üçün daha tez və etibarlı, eləcə də operativ qaydada teleqiymətləndirmədən istifadə başlamışdır. Təbii ki, müvafiq metodun səmərəliliyi təsdiq ediləcəksə, uzunmüddətli dövrdə onun istifadəsi adi hal kimi qəbul ediləcək. Bütün sığorta şirkətlərinin sığortalıları qane edə biləcək və gəlirlərini artıracaq mühüm addımlardan biridir.

Sığorta şirkətlərinin Hökumət Ödəniş Portalına inteqrasiya edilməsi də sığorta xidmətlərinin dövlət dəstəyi ilə rəqəmsal mühitdə inkişafını təmin edən amillərdəndir. Lakin müəyyən həlli vacib olan çatışmazlıqlar da var. Onlar işin gedişində dövlət və özəl sektorun qarşılıqlı əlaqəsi zamanı aradan qaldırılacaqdır.

Rəqəmsallaşmanın əsas problemləri bunlardır:

- Sığortalama prosesinin İT dəstəyinin yenidən təchiz edilməsi xərclərini ödəmək zərurəti ilə əlaqədar olaraq rəqəmsal texnologiyalardan istifadənin miqyaslılığı ilə bağlı məhdudiyyətlər və çətinliklər;

- şirkət işçilərinin ənənəvi fəaliyyətə vərdisi və yenidən hazırlanması üçün vaxtın tələb olunması;

- şəxsi məlumatlara daxil olmaqla bağlı informasiya təhlükəsizliyi məsələsi;

- rəqəmsal kanalların sığorta şirkətlərinin digər xidmət kanalları ilə rəqabəti;

- sığorta şirkətinin daxili iş proseslərinin yenidən qurulması zərurəti;

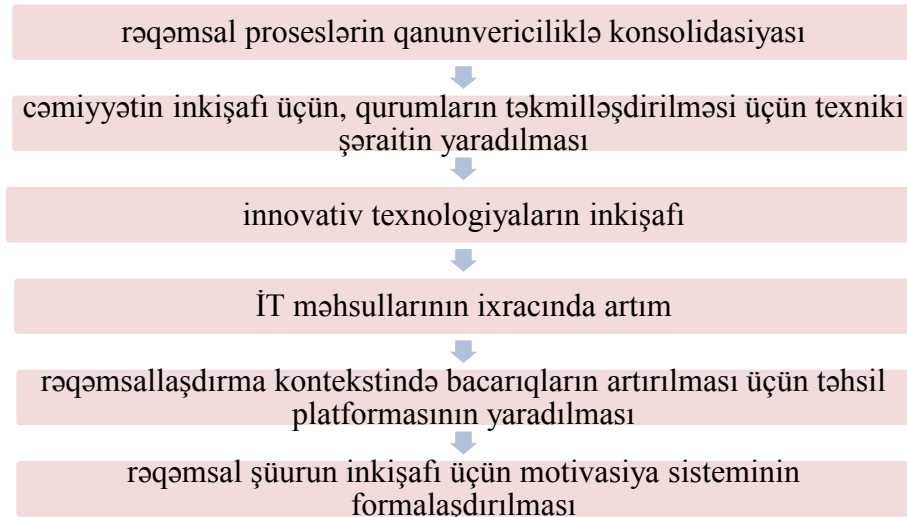
- kifayət qədər ixtisaslı mütəxəssis olmaması.

Müasir tendensiyaların və normativ hüquqi bazanın təhlili göstərir ki, cəmiyyət sürətlə dəyişir. İnformasiya texnologiyaları sahəsindəki tənzimləyici və hüquqi baza son bir neçə il ərzində yalnız təkmilləşmiş və yenilənmiş, eyni zamanda dövlət rəqəmsallaşdırılma sahəsində prinsipial olaraq yeni bir inkişaf vektoru yaratmışdır. Beləliklə, hökumət siyasətinin sürətlə inkişaf edən informasiya cəmiyyətinin çağırışlarına cavab olaraq dəyişdiyini görmək olar. Bu baxımdan rəqəmsal çevrilmə sahəsində dövlət siyasətinin yüksək keyfiyyətli tənzimləyici qanunvericilik bazası, eləcə də dövlət və özəl sektorda bütün rəqəmsal çevrilmə mexanizminin inkişafı üçün hərəkətverici rol oynayacaq inkişaf institutları yaratmaq üçün istiqamətləndirilməsi vacibdir. Rəqəmsallaşma prosesləri həm biznes, həm də siyasi məkanı yaxşılaşdırır. Modernləşmə kontekstində dövlət və biznes sektoru üçün ən uğurlu həll, iştirakçıların qarşılıqlı əlaqəsi və anlayışıdır. İndiki dövrdə mövcud olan təşkilati mexanizm, bütün elementlərin qarşılıqlı əlaqədə olması üçün sistemli şəkildə işləməlidir. Ticarət strukturları tez-tez siyasi məkanda ortaya çıxan fikirlərə, vəziyyətə, idarəetmə qərarlarına baxırlar. Tədricən siyasi idarəetmə vasitəçilik və

virtuallaşma prosesinə çevrilir. Beləliklə, müəyyən risklər yaranır. Məsələn, siyasi media reallığı müxtəlif nəticələrə səbəb ola bilən məlumatların qəbulunu təhrif edə bilər. Bununla birlikdə müəyyən siyasi idarəetmə metodlarından vasitəçilik və virtualizasiya üsullarına keçid artıq başa çatmışdır və burada bu prosesləri diqqətlə izləmək vacibdir. Həqiqi siyasi proseslər vasitəçiliyə nisbətən daha azdır və siyasi həqiqət kimi qəbul edilir, baxmayaraq ki, əslində virtual xarakter daşıyırlar. Bunu nəzərə alaraq rəqəmsal transformasiya sahəsindəki dövlət siyasəti rəqəmsal şüuru formalaşdırmalı, eyni zamanda inkişafı üçün şərait yaratmalıdır.

İnformasiya təhlükəsizliyi, texnoloji asılılıq, hüquqi qurumun məhdudluğu, rəqəmsal iqtisadiyyatda dəyişikliklərin və səlahiyyətlərin tənzimlənməsi mexanizminin olmaması diqqət mərkəzindədir. Müasir informasiya texnologiyalarının məqsədyönlü istifadəsi, rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı kontekstində vahid siyasət, rəqəmsal iqtisadiyyatın tənzimlənməsi sahəsində metodoloji baza şəklində mümkün təhdidlərə diqqət yetirmək vacibdir. Rəqəmsal təkamül kontekstində dövlət davam edən dəyişiklikləri rəsmiləşdirməyə çalışır. Bu sahədə dövlət siyasətinin formalaşdırılması sxem 2-də ardıcılıqla verilmişdir:

Sxem 2: Rəqəmsallaşma sahəsində dövlət siyasətinin formalaşdırılması



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

Həmçinin, rəqəmsal transformasiya hal-hazırda dövlətin inkişafı üçün prioritet sahələrdən biridir. Belə ki, istehlakçı kütlə trendləri müəyyənləşdirir, texnoloji

tərəqqiyə təkan verir. Tənzimləyicinin vəzifəsi baş verən dəyişikliklərə vaxtında reaksiya vermək, təşkilati və hüquqi məsələlər nəzərə alınmaqla bütün sahələrdə ən yeni texnologiyaların tətbiq edilməsidir. Beləliklə, rəqəmsallaşdırma sahəsindəki dövlət siyasəti texnoloji təkamülün təməlini formalaşdırmağa və həyatın bütün sahələrində davamlı böyüməyə yönəldilməlidir(Конкурентная Политика в Восточной Европе и Центральной Азии, Будапештский Региональный Центр ОЭСР-ГВХ по Конкуренции, 2020: стр.43).

Azərbaycanda sığorta bazarının rəqəmsallaşdırılması deyərəkən daha geniş spektr nəzərdə tutulmalıdır. Belə ki, sığorta bazarı maliyyə bazarının tərkib hissəsi kimi maliyyə bazarının inkişaf xüsusiyyətlərindən asılıdır. Buna görə də qeyd etməliyik ki, ölkədə maliyyə və bank sektorunda həyata keçirilən siyasətin sığorta sektoruna birbaşa və dolaylı təsirləri dərhal hiss edilir. Təsadüfi deyil ki, sığorta bazarına nəzarətin Azərbaycan Mərkəzi Bankına verilməsi bu sahədə kompleks fəaliyyətin həyata keçirilməsi gözləntisindən irəli gəlir. Həmçinin, müvafiq sahədə vahid mərkəzdən idarə edilmənin həyata keçirilməsi, qərar qəbulu zamanı optimallaşdırılmanın aparılması sığorta bazarında müasir iqtisadi qanunların tələblərinə uyğun rəqəmsal siyasətin reallaşdırılmasına, eləcə də onun inkişafına təkan verəcəkdir. Azərbaycan Mərkəzi Bankı maliyyə, bank və sığorta fəaliyyəti sahəsində yeniliklərin tətbiqini intensivləşdirilmək məqsədilə “McKinsey & Company” şirkətilə birlikdə Azərbaycanın maliyyə sektorunun müasirləşdirilməsi proqramını hazırlamaqdadır. Maliyyə, bank və sığorta sektorunun modernizasiyasına aid nəzərdə tutulan geniş miqyaslı fəaliyyətlərin reallaşdırılması beynəlxalq əməkdaşlıq nəticəsində hazırlanan spesifik proqramlar vasitəsilə təmin olunacaqdır. “McKinsey” şirkəti ilə birlikdə formalaşdırılan proqramla Azərbaycanda maliyyənin inklüzivliyinin hərtərəfli öyrənilməsi baş verəcək, bununla da uyğun strategiya, eləcə də qeyd edilən sahədə fəaliyyət üzrə dəqiq planların hazırlanması nəzərdə tutulur. Bütün bunlar Azərbaycan MB-nin 2021-ci ilə aid yayılan pul və maliyyə sabitliyini əhatə edəcək siyasətinin mühüm istiqamətlərini özündə əks etdirən bəyanatında vurğulanmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, “Mckinsey” kimi beynəlxalq innovativ şirkətlə iş birliyi və ölkədə maliyyə

sektorunun modernləşdirilməsinin həyata keçirilməsi sığorta bazarında rəqəmsallaşmanın intensivləşməsinə səbəb olmaqla bu sahədə istehlakçı məmnuniyyətinin artmasına təsir edəcəkdir.

“Mckinsey” şirkəti ilə əməkdaşlıqdan başqa, Mərkəzi Bank beynəlxalq maliyyə-kredit institutları ilə əməkdaşlıq edir. Dünya Bankı ilə əməkdaşlıq da bu yöndə aparılan siyasətin tərkib hissəsi kimi qəbul edilməlidir. Bu əməkdaşlıq da maliyyə sektorunun, həmçinin sığorta bazarının xüsusiyyətlərinin dərin tədqiqi və diaqnostikası məqsədi daşıyır. Mərkəzi Bankın hesabatında kapital və sığorta bazarlarının rəqəmsal baxımdan inkişaf etməsi üzrə də dünya səviyyəli mütəxəssislərin iştirakçılığı ilə xüsusi proqramlar hazırlanaraq icra edilməyə başlanılmışdır. Rəqəmsal sistemlərin maliyyə və sığorta bazarlarında tətbiqi rəqabət qabiliyyətini artıran amillərdəndir (Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının 2021-ci il üçün pul və maliyyə sabitliyi siyasətinin əsas istiqamətləri barədə bəyanatı, 2021).

Azərbaycanın sığorta bazarında səmərəli tənzimləmə və nəzarətin səviyyəsinin yüksəldilməsi, sığorta xidmətlərinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi vasitəsilə, həm də ölkədə maliyyə bazarının müxtəlif segmentlərinin inkişaf etməsinə əlavə təsirlər verilə bilər. Fikrimizcə, bu prioritetlərdən biri olmalıdır.

Sığorta sektorunda maliyyə sabilliyinin, həmçinin yüksək ödəniş qabiliyyətliliyinin hər zaman təmin edilməsi məqsədilə risk əsaslı tənzimləmə və nəzarət fəaliyyətinin təşkil edilməsi diqqət mərkəzində olmalıdır. Bundan başqa, Azərbaycan sığorta qanunvericiliyində beynəlxalq prinsiplərə əsaslanaraq islahatların aparılması, sığorta bazarının iştirakçıları arasında rəqəmsal yeniliklər və imkanlar barədə məlumatlandırılması məqsədilə maarifləndirmə və təbliğat işlərinin həyata keçirilməsi, ixtisaslı işçilərin sayının artırılması, həmçinin sığorta bazarında fəaliyyətin rəqəmsallaşdırılması ilə əlaqədar icra edilən layihələrin reallaşdırılması məntiqi sonluqla nəticələnməlidir.

3.3. Dünya təcrübəsinin tədqiqi və Azərbaycanda tətbiqi

Müasir iqtisadiyyatın əlamətlərindən biri də informasiya texnologiyalarının geniş yayılmasıdır. İnformasiya inqilabının təsiri altında baş verən

transformasiyanın miqyası rəqəmsal informasiyanın emalının əsas amili olduğu yeni bir iqtisadi model-rəqəmsal iqtisadiyyatın formalaşması barədə danışmağa imkan verir. Bu cür texnologiyalar sığorta bazarında bu və ya digər şəkildə istifadə olunur. Onların istifadəsi sığorta fəaliyyətlərindəki bir çox prosesin səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Bəzi ölkələrdə teletibb texnologiyalarından istifadə edərək tibbi yardım göstərmək və proseduru tənzimləmək imkanı verilir. Bu da öz növbəsində tibbi sığortada telematik cihazların istifadəsinə imkan verir. Bunların istifadəsi anderraytinqin səmərəliliyinin artırılmasına, sığortalılara göstərilən tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına, sığortaçının sığorta xərclərini azaltmağa və sığortaçının daha balanslı sığorta portfelleri yaratmasına kömək edir.

Digər perspektivli sahə, məsələn nəqliyyat sığortası sahəsində yeni sığorta xidmətləri növlərinin yaradılması üçün peyk naviqasiya sistemlərinin istifadəsidir. Bu, xüsusən, bir tərəfdən anderraytinq metodlarını təkmilləşdirməyə və sığorta haqlarının həcmi daha çox sığorta riskinin dərəcəsini nəzərə alan həcmdə müəyyənləşdirməyə, digər tərəfdən də yaxşılaşdırmağa imkan verəcəkdir. Sığorta bazarındakı ciddi dəyişikliklər blokçeyn texnologiyalarının istifadəsini əhatə edir. Bu texnologiya, xüsusilə, əməliyyatları izləmək və məlumatları saxlamaq üçün etibarlı bir yol təqdim edərək, insan faktorunu minimuma endirməyə imkan verir. Böyük həcmli məlumatları işləmək və təhlil etmək qabiliyyəti sığortaçılara istehlakçı davranışını daha dərinlən və daha dəqiq müəyyənləşdirməyə, müştərilərə yeni və fərdi sığorta xidmətləri təklif etməyə imkan verir. Blokçeyn texnologiyalarının istifadəsi, sığorta hadisələri baş verdikdə müştəri münasibətlərini asanlaşdırır və sürətləndirir, mobil cihazların istifadəsi ilə nəticələrini qiymətləndirməyin daha sürətli və daha dəqiq yollarını təqdim edir.

Eyni zamanda, rəqəmsal texnologiyaların təqdim etdiyi imkanların tam istifadə edilmədiyi aydındır. Onların sığorta fəaliyyətində tətbiqinin genişləndirilməsi sığortanın inkişafını təmin etmək üçün vacib bir istiqamətdir. Xüsusilə, bu aşağıda sadalananlar üçün istifadə edilə bilər:

a) sığorta şirkətləri və onların təklif etdikləri sığorta xidmətləri barədə əhəlinin məlumatlandırılması üçün əlavə kanallar yaratmaq;

b) sığorta xidmətlərinin satışı və icrasında sığortaçılar və sığortalılar arasında qarşılıqlı əlaqə yollarını təkmilləşdirmək;

c) sığorta üçün qəbul edilən riskləri qiymətləndirmək və sığorta hadisələrinin nəticələrini aradan qaldırmaq üçün məlumat əldə etmək məqsədilə daha təsirli prosedurlardan istifadə etmək;

d) lazımi məlumatların saxlanması və maraqlı tərəflərə ötürülməsinin yeni üsullarından istifadə etmək.

Beləliklə, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi sığortaçıların sığorta müqavilələri bağlamaq və saxlamaq xərclərini azaltmağa və sığorta xidmətlərinin qiymətini azaltmağa, xidmətin sürətini və keyfiyyətini artıraraq, onları daha əlçatan və rahat etməyə imkan verir. Bu da öz növbəsində sığortaya marağın artmasına və sığorta əməliyyatlarının həcmnin artmasına səbəb olmalıdır.

Ümumiyyətlə, elektron satış kanallarından daha geniş istifadə yolu ilə sığortaçılar və sığortalılar arasında qarşılıqlı əlaqələrin inkişafı və sığorta müqavilələrinin, o cümlədən iddia ödənişlərinin elektron sənəd dövriyyəsinə köçürülməsi, rəqəmsal texnologiyaların sığorta bazarında istifadəsinin vacib bir sahəsidir. Bu bir tərəfdən, sığorta təşkilatları üçün yeni bir müştəri bazası cəlb etmək və mövcud müştəriləri saxlamaq üçün əlverişli və asan bir yol, digər tərəfdən xidmət sürətini və keyfiyyətini artırmaq üçün bir yol ola bilər. Bundan əlavə, elektron sənəd dövriyyəsinə keçid sığortaçılara müştərilər haqqında dəyərli məlumatlar toplamağa, habelə onlara birbaşa giriş əldə etməyə imkan verəcək ki, bu da sığortaçılara sığorta məhsullarının birbaşa satışını inkişaf etdirməyə imkan verəcəkdir.

Rəqəmsal texnologiyadan istifadənin intensivləşməsi qlobal sığorta bazarında getdikcə daha çox yayılan fərdi sığorta məhsullarının Azərbaycan sığorta bazarında da ortaya çıxmasına təkan verir. Sığortalılar müasir texnologiyanın köməyi ilə getdikcə daha çox müstəqil olaraq özlərinə uyğun sığorta xidmətləri paketi yarada bilirlər. Digər tərəfdən isə böyük məlumat texnologiyalarının istifadəsi, habelə

sığortalıların davranışı barədə məlumat toplamaq üçün xüsusi texniki cihazların istifadəsi, bir tərəfdən sığortaçının hədəf marketinqini həyata keçirməsinə, digər tərəfdən də sığorta hadisələrinin risklərini daha dəqiq qiymətləndirmək, daha yaxşı bal toplamaq, çevik sığorta tarifləri və fərdi təkliflər formalaşdırmasına imkan yaradır.

Bütün dünyada Çin informasiya texnologiyaları sahəsində qabaqcılların məkanlarından biridir. Bununla yanaşı, Çin təcrübəsi digər ölkələr arasında tək müsbət deyil. İT layihələrinin inkişafına dair digər müsbət nümunələr də var. Çində hökumətin şirkətdəki iştirakından asılı olmayaraq, bütün təşkilatlar dövlət dəstəyini alır. Hökumətdən böyük dəstək əsasən dövlət sifarişləri, güzəştli kreditlər baxımından qlobal bazara keçməyə imkan verir. Bundan başqa, İsrail şirkətlərinə qlobal bazara startup səviyyəsində çıxmasına kömək edir. Rəqabət əsasında dövlət köməyi ilə beynəlxalq bazarda iştirak üçün dəstəklənən dayanıqlı texnoloji şirkətlər seçilir. Bunlardan rentabelli işləyənləri və ən güclüləri İsrail hökumətindən sifarişlər və digər hökumətlərdən sifarişlərə lobbiçilik dəstəyi, həmçinin əlavə olaraq güzəştli kreditlər şəklində dəstək alırlar.

Koreya, Sinqapur, Birləşmiş Krallıq, Kanada, Avstraliya, Fransa, Finlandiya və digər ölkələr də daxil olmaqla yüksək səviyyəli inkişaf və rəqəmsal texnologiyalardan istifadə edən bir çox ölkə rəqabət üstünlüyünü inkişaf etdirmək və ya qorumaq üçün, gələcək riskləri və imkanları izləmək üçün strateji proqnoz agentlikləri yaratmışdır. Sinqapur milli səviyyədə strateji proqnozlaşdırmanın istifadəsinin ən yaxşı nümunələrindən biridir. Sinqapurda strateji proqnozlaşdırma Baş nazirlik ofisi tərəfindən həyata keçirilir və büdcənin planlaşdırılması, hazırlanması və icrası ilə sıx bağlıdır. Dördüncü sənaye inqilabının çağırışlarına cavab olaraq, Koreya bu yaxınlarda Ağıllı İnformasiya Cəmiyyətinə hazırlıq üçün orta və uzunmüddətli baş planı qəbul etmiş və Ağıllı İnformasiya Cəmiyyəti üçün Birgə Rəhbər Komitə qurmuşdur.

Belarusiya postsovet məkanında İKT-nin inkişaf səviyyəsində Estoniyadan sonra 2-ci yerdədir. Ölkənin strategiyası yeni texnologiyaların tətbiqi yolundakı

maneələrin aradan qaldırılmasına və yeniliklərin ekosisteminin yaradılmasına əsaslanır. Prezidentin "Rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı haqqında" 21 dekabr 2017-ci il tarixli 8 nömrəli fərmanı vasitəsilə Belarusiya blokçeyn texnologiyasından istifadə edərək, rəqəmsal kriptovalyutalar kimi rəqəmsal iqtisadiyyatın vacib bir hissəsinə investorlar cəlb etmək şansı var. Bu fərmanın qəbulu ərəfəsində keçirilən iclasda Belarusiya dövlətinin başçısı vurğuladı: "İqtisadiyyatın rəqəmsal çevrilməsi dövlətin inkişafı üçün əsas prioritetlərdən biri hesab olunur. Belarusiya uğurlu və beynəlxalq şirkətlər üçün əsl cazibə mərkəzinə çevrilməlidir. Ölkəmizin süni intellektin, böyük məlumatların, blok zəncirinin inkişafında ən azı regional lider olmaq üçün hər şansı vardır."

Rəqəmsal iqtisadiyyat texnologiyalarının düzgün tətbiqi Belarusiyada fərdlərin və dövlət qurumlarının bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyətində yeni bir mərhələyə keçməsinə imkan verəcəkdir. Cəmiyyətdəki və dövlətdəki proseslər daha yüksək sürət və keçid səmərəsini alacaq, dövlətin rəqabət qabiliyyətini artıracqdır. Hal-hazırda Belarusiya İT sənayesinin inkişafına, yeni inqilabi texnologiyaların inkişafına, rəqəmsal çevrilmə üçün şərait yaradılmasına töhfə verməklə məşğuldur (Головенчик Г.Г., 2019).

Portuqaliya Antiinhisar Təşkilatı (AdC) 2019-cu ilin avqust ayında 5 şirkətin iştirak etdiyi, 54 milyon avrodan çox cərimə ilə nəticələnən sığorta sektorunda bir kartel araşdırmasını tamamladı. Karteldə iştirak edən sığorta şirkətləri Fidelidade, Lusitania, Multicare, Seguradoras Unidas idi. 2018-ci ilin oktyabr ayında AdC maliyyə sektorundakı yenilik, rəqabət haqqında hesabat nəşr etdi. Sənəddə maliyyə sektorunda istifadə olunan FinTech şirkətləri - innovativ texnologiyalara əsaslanan yeni firmaların Portuqaliyaya girişindəki maneələr müəyyənləşdirildi.

Həmçinin, maliyyə sektorundakı yenilikçi texnologiyaların və yeni fintech iştirakçılarının istehlakçılar üçün kredit və digər maliyyə xidmətlərinə çıxışın artırılmasında əsas rol oynaya biləcəyi vurğulanır. Yeni gələn fintech şirkətləri yüksək konsentrasiyalı, aşağı rəqabətli bir bazarda rəqabəti təşviq edə və istehlakçıların rifahını yüksəldə bilər. Fintech ödəmə xidmətləri, robo-konsaltinq

kimi yenilikçi texnologiyalarda mühüm yeniliklər gətirərək, maliyyə sektorunun modernləşməsinə töhfə verə bilər. Sığorta sektorunda insurtech də tətbiq olundu, nəticədə yeni məhsullar və biznes modelləri meydana çıxdı. Bu inkişaf xərcləri azaldır, istehlakçı seçimlərini genişləndirir. Lakin Portuqaliya digər ölkələrə nisbətən bazar dəyişikliyinə cavab verməkdə daha yavaştır. Bu əsasən fintech firmalarının mövcud banklar tərəfindən bazara çıxarılması təhlükəsi ilə bağlıdır (<http://www.oecd.org/daf/competition/oecd-gvh-newsletter14-feb2020-ru.pdf> , 2020).

Qazaxıstanda elektron sığortanın tətbiqi sığorta təşkilatlarının göstərdiyi xidmətlərin keyfiyyətini artıracaq və sığortalılar üçün sığorta məhsullarının mövcudluğunu təmin edəcək. Qazaxıstanda sığorta yeniliklərini tətbiq etmək, elektron siyasətdən istifadə ilə əlaqədar sığorta fəaliyyətinin qanunvericilik bazasını dəyişdirmək, vahid sığorta bazası yaratmaq, fərdi məlumatların qorunmasını təmin etmək, sığortada İT texnologiyalarının inkişafı üçün investisiya cəlb etmək vacibdir (Исмаилова Р.А., Тлеғенова А.С., Аманжолов Г.А., 2018).

Rusiya sığorta bazarının inkişaf etməsinin əsas səbəblərindən biri sığorta şirkətlərinin əhalinin maarifləndirilməsi istiqamətində böyük işlər həyata keçirməsidir. Onlar ölkənin telekanallarında sırf sığorta maarifləndirilməsi xarakterli verilişləri maliyyələşdirirlər. Həmçinin, Rusiyada fəaliyyət göstərən bir çox sığorta şirkətləri əhali üçün pulsuz maarifləndirici kurslar təşkil edirlər.

Türkiyədə kənd təsərrüfatında sığortanı stimullaşdırmaq, dəyən zərərin əvəzini ən qısa zamanda ödəmək məqsədilə “Kənd təsərrüfatı məhsullarının sığortası haqqında qanun” qəbul olunub. Buna əsasən, kənd təsərrüfatı məhsullarının təbii fəlakətlərdən sığortalanması zamanı bağlanan sığorta müqavilələrinə tətbiq olunan tariflər bölgələr üzrə müxtəlif seçilib. Baş vermiş sığorta hadisələrinə görə sığorta ödənişlərinin verilməsi istiqamətində şəffaflığı təmin etmək üçün Türkiyə tərəfindən qısa adı TARSİM olan kənd təsərrüfatı məhsullarının sığortası fondu yaradılıb. Fondun əsas gəlirləri bağlanmış sığorta müqavilələri üzrə hesablanmış sığorta haqlarında dövlətin payı, daxil olan sığorta haqlarının investisiyasından əldə edilən gəlirlər və s. ibarətdir. Azərbaycandan fərqli olaraq, Türkiyənin sığorta bazarında xarici kapitalın payının böyük olduğunu görə bilərik. Müasir dövrdə

Türkiyənin sığorta bazarının 70%-i və sığorta dövriyyəsinin 65%-i aparıcı beynəlxalq maliyyə-sığorta institutlarına məxsusdur (Əliyeva L., 2011).

Azərbaycan maliyyə texnologiyaları bazarı, bir tərəfdən, inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar üçün xarakterik olan onlayn ödəmələr və pul köçürmələrinin tətbiqi və digər tərəfdən daha yetkin bazarlar üçün sığorta borc vermək və investisiya idarəçiliyi kimi “fintech” texnologiyasının həllərinin qəbul edilməsindən qaynaqlanan sürətli böyüməni yaşayır. Sektor biometrik və blokçeyn kimi qabaqcıl texnologiyaları tətbiq edən ilk ölkələrdən biri kimi və milli rəqəmsal şəxsiyyət sisteminin tətbiq olunmasında hərəkətverici qüvvə ola bilər. Müvafiq sahədə siyasət həyata keçirənlər, dövlət sektoru, tənzimləyicilər, “fintech” şirkətləri, banklar və digər maliyyə qurumları da daxil olmaqla rəqəmsal maliyyə ekosistemində müvafiq tənzimləməni təmin edən subyektlər müştərək fəaliyyəti gücləndirərək, bu sənayedə yenilikləri inkişaf etdirməyə davam etməlidirlər.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Azərbaycanda sığorta bazarının inkişafı getdikcə yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqindən asılı olur. Onların sığorta fəaliyyətində istifadəsi

sığorta əməliyyatlarının həcmnin artırılmasına, sığorta xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, xərclərin azaldılmasına və nəticədə sığortanın risklərin idarə olunması metodu kimi səmərəliliyinin artırılmasına imkan verir.

Eyni zamanda rəqəmsal texnologiyaların verdiyi imkanlar hələ ki, sığorta sektorunda tam olaraq reallaşmır. Həm obyektiv, həm də subyektiv şərait buna mane olur. Bunlara, bir tərəfdən, sığorta təşkilatlarının maddi və maliyyə imkanları, digər tərəfdən, hazırda Azərbaycanda mövcud olan bir sıra qanunvericilik və infrastruktur məhdudiyyətləri daxildir.

Xüsusilə, vacib vəzifələrdən biri sığorta bazarına informasiya dəstəyi səviyyəsini artırmaqdır. Bunun üçün sığorta bazarı iştirakçıları üçün mövcud olan məlumat mənbələrini vahid bir sistemə inteqrasiya etmək məsləhətdir. Sığortaçıların informasiya resursları ilə dövlət və inzibati orqanlar arasında qarşılıqlı əlaqəni təmin etmək, eləcə də dövlət məlumat bazalarını sığorta işi subyektlərinin məlumat bazalarına bağlamaq daha məqsədəuyğundur.

Elektron sığorta polisi və elektron imzaların daha geniş istifadəsinə imkan yaratmaq üçün tədbirlər görülməli, həmçinin sığorta xidmətlərinin satışı, sığorta müqavilələrinin yenilənməsi, sığorta hadisələrinin nəticələrinin həlli və sığorta ilə əlaqəli proseslər və əməliyyatlar üçün, məlumat mübadiləsi üçün standart bir protokol yaradılmalıdır.

İddiaların tənzimlənməsi proseslərinin rəqəmsallaşdırılması sahəsində sığortaçının imkanlarını genişləndirmək üçün sığorta qanunvericiliyində dəyişikliklərin edilməsi vacibdir ki, bu da sığorta ödənişlərinin məbləğini faktı təsdiqləyən sənədlər əsasında sığorta təşkilatlarının xərclərinə yönəltməyə imkan verəcəkdir.

Ümumilikdə, Azərbaycanda rəqəmsal xidmətlər təklif edən şirkətlər ölkənin elektron hazırlığını anlamaqla, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında rəqəmsal müdaxilələrin uğurla absorbsiyası məqsədilə mövcud potensialı dəqiq qiymətləndirməlidir.

Azərbaycanda sığorta bazarının inkişafı getdikcə rəqəmsal iqtisadiyyatın sığorta texnologiyalarına təsir göstərən, lakin iqtisadi mahiyyətini dəyişdirməyən yeni texnologiyaların tətbiqindən asılıdır. Sığorta fəaliyyətində rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi nəticəsində:

- sığorta fəaliyyətinin səmərəliliyi və gəlirliliyi artacaq;
- qarşılıqlı və kommersiya sığortasının yaxınlaşması baş verəcək;
- sığorta münasibətlərinin ictimailəşməsi baş verəcək;
- yeni sığorta xidmətləri və məhsulları ortaya çıxacaq;
- sığorta bazarında əməyə olan tələb dəyişəcək. Belə ki, avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri və sığorta agentlərinin, aşağı və orta səviyyəli mütəxəssislərin bir hissəsinin süni intellekt və robotlar ilə əvəz edilməsi olacaq.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

Azərbaycan dilində

1. “2018-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə dövlət proqramı”, Bakı, 26 sentyabr 2018-ci il.

2.“2018-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı”nın 2018-ci ilin 4-cü rübündə icrasına dair monitoring və qiymətləndirmə HESABATI, 52 səh.

3.”Azərbaycanın inkişafının sürətləndirilməsi məqsədilə insan kapitalına strateji investisiyaların yatırılması”, Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı / Dünya Bankı, 2020, 44 səh, <https://www.worldbank.org/>.

4.“Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”, Bakı, 6 dekabr 2016-cı il, 65 səh.

5.Aslanova T.T., Fəttahova N.R.“Müasir şəraitdə maliyyə-investisiya potensialının reallaşmasının ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinə təsiri”, Bakı, “Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment”, № 4(13), 2020, s 9-12.

6.Ataşov B.X., Ələkbərov Ə.Ə., Xudiyev N.N. (2018).“Sığorta işi”, Ali məktəblər üçün dərslik, Bakı, “Kooperasiya” nəşriyyatı, 416 səh.

7.Cəbiyev F., Həsənli N. “Azərbaycanda innovasiyayönümlü iqtisadi inkişafın perspektivləri”, Bakı, “Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment”, № 1, 2020, s 26-32.

8.Əhmədov S.T., (2018). “Kiçik və Orta sahibkarlığın maliyyə münasibətlərinin xarakterik xüsusiyyətləri”, Bakı, AKTN Aqrar Tədqiqatlar Mərkəzi, “Azərbaycan Aqrar Elmi”, № 5, s 207-212.

9.Ələkbərov Ə.Ə., Xudiyev N.N. “Azərbaycanın milli sığorta bazarının yüksəlişi maliyyə xidmətlərinin inkişafına dair strateji yol xəritəsinin mühüm hədəflərindəndir” (xalq qəzeti), (2017), Bakı, 3 səh.

10.Əliyeva L., (2011). “Azərbaycanda sığorta sistemi: iqtisadi və sosial proseslərə multiplikator təsiri kimi” Bakı, “Qanun” nəşriyyatı, 108 səh.

11.İbrahimov K.M., “Azərbaycanın sığorta bazarı: Trendlər və inkişafın yeni çağırışları”, Bakı, “İpək Yolu”, №2, 2020, s 31-42.

12.Qasimov İ.H., Cəbiyev F.A. (2017). “İnnovasiya sahibkarlığı və Texnoparklar” (kitab), Bakı, “BMU”, 183 səh.

13. Semyachkov K.A., “Rəqəmsal iqtisadiyyat və onun müasir sosial-iqtisadi münasibətlərin idarə edilməsindəki rolu” // Müasir idarəetmə texnologiyaları, İSSN 2226-9339, Məqalə nömrəsi: 8001, 2017, 5 səh.

İngilis dilində

1. Agarwal R., and Lucas H.C. “The Information Systems Identity Crisis: Focusing on High-visibility and High-impact research”, *MIS Quarterly*, 29(3), 2005, p 381-398.

2. Asian Development Bank, “Azerbaijan: Country Digital Development Overview”, *Country Diagnostics*, January 2019, 27 p.

3. Bernardo N. (2016), “The Management of Digital Insurance”, *Palgrave Studies in Financial Services Technology book series, Digital Insurance*, p 47-90.

4. Bohnert A., Fritzsche A., Gregor S., (2018), “Digital agendas in the insurance industry: the importance of comprehensive approaches”, *Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 44(3), 22 p, DOI: 10.1057/s41288-018-0109-0.

5. Bruce D. and others, “Improving the success of InsurTech opportunities”, *British Actuarial Journal* 23, January 2018, p 1-4.

6. Bryzgalov D., Tsyganov A. (2002), “Electronic risk insurance” // *Director of information service*. №47, p 35-41.

7. Denisov S.L. (2014), “Price dumping in insurance”, *Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta, Bulletin of the Maykop state technological University*, № 4, p 63-66.

8. Dumm R.E. and Hoyt R.E. “Insurance distribution channels: Markets in transition”, *Journal of Insurance of regulation*, (22)1, 2003, p 27-47.

9. Eling M. and Lehmann M. (2018), “The impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks”, *Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 43(3), p 359-396.

10. Ermolaev A.S. (2015), “Approaches to the formation of key performance indicators in order to enhance the competitiveness of insurance companies”, Corporate economy, № 34(4), p 15-22.
11. Insurance Outlook 2018: Shifting strategies to compete in a cutting-edge Future, Deloitte, 24 p.
12. Insurance trends 2019: Part of PwC's 22nd Annual Global CEO Survey trends series, 12 p.
13. Kelvin L. and Anna S., “FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?”, International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol 9, №2, April 2018, p 74-78.
14. KPMG, “Clarity on Insurance Digitalization, Achieving agility: Towards a new business model”, June 2017, 42 p.
15. McKinsey & Company, “Digital insurance in 2018: Driving real impact with digital and analytics”, December 2018, 72 p.
16. Nicoletti B. (2016), “Digital Insurance: Business Innovation in the Post-Crisis Era”, Palgrave Macmillan, 339 p.
17. PwC's 21st CEO Survey. “Maintaining optimism while grappling with transformational changes”, 2018, 23p. // <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2018/deep-dives/pwc-ceo-survey-2018-insurance.pdf>
18. Seog S.H. (2009), “Insurance Markets with Differential Information”, Journal of Risk and Insurance, 76(2), p 279-294.
19. “Seven Key Trends Shaping the Future of Work in the Insurance Industry”, By Ben Pring and Michael Clifton, 2017, 32 p.
20. Skog DA., Wimelius H., and Sandberg J. (2018), “Digital Disruption”, Business and Information Systems Engineering, p 1-7.
21. Solomatina A.S. (2013), “Formation of the multi-factor model of evaluation of competitiveness of insurance companies”, Scientific notes of the Russian Academy of entrepreneurship, № 37, p 333-341.

22. "The Future of Talent in Insurance", Deloitte, 2018, 4p // https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/FinancialServices/IE_FS_talentinInsurance_0918_FINAL3.pdf.

23. "The insurance workforce of the future: Why will so many insurers fail to achieve their digital potential?", Accenture, 2015.

24. Tiwari R., Buse S. (2007), "The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector", Hamburg University Press, Hamburg. Google Scholar, 236 p.

25. Tsyganov A.A., Bryzgalov D.V. "New forms of competition in the insurance market of Russia", Scientific research financial Institute. Financial magazine, № 3(21), 2014, p 141-149.

26. Twenty D.S. , "Basic directions of the analysis of the competitive forces in the insurance market", Sovremennaya konkurenciya Modern competition, № 1(7), 2008, p 113-122.

27. Zhuk I.N. "Analysis of competition in the insurance market and its separate segments", Strahovoe delo Insurance business, № 6, 2011, p 38-44.

Rus dilində

1. Василенко Н. В., Линьков А.Я. (2017), "Цифровая экономика: потребитель vs наемный работник / Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы" // Труды научно-практической конференции с международным участием, стр 34-40.

2. Головенчик Г.Г. (2019), "Цифровизация белорусской экономики в современных условиях глобализации. Монография", Минск, "Издательский центр БГУ", 257 стр.

3. Исмаилова Р.А., Тлегенова А.С., Аманжолов Г.А. "Страховые инновации в условиях цифровизации экономики Казахстана", International scientific-analytical journal, №2, 2018, стр 40-46.

4.Козлова О.Н., Котова О.Н., Павловская Е.В. (2017), “Использование новых каналов сбыта для повышения эффективности работы страховых компаний” // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. Т 19, № 2, стр 108-116.

5.Конкурентная Политика в Восточной Европе и Центральной Азии, Будапештский Региональный Центр ОЭСР-ГВХ по Конкуренции (Венгрия) Бюллетень № 14, Февраль 2020, 54 стр.

6.Цыганов А.А., Грызенкова Ю.В., Быстров А.В. (2004), “Организация интернет-страхования: учеб. Пособие”. М.: Изд. центр ГУУ, 78 стр.

7.Шепелин Г. И. “Современные киберриски и страхование: состояние и перспективы” // Страховое дело, № 9, 2017, стр 21-29.

8.Якушин А.Б. “Страховая телематика и ее роль в развитии рынка добровольного страхования Российской Федерации” // Страховое дело, № 5, 2016, стр 25-29.

İnternet resursları

1.<https://www.analysismason.com/consulting-redirect/reports/Online-service-providers-Internet-infrastructure-Dec2018/>

2. <https://asa.az/> Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasının saytı

3.<https://www.cbar.az/page-189/insurance> Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankının rəsmi saytı

4.https://group.pingan.com/about_us.html

5. <https://www.gsma.com/mobileeconomy/>

6.<https://www.iasp.ws/> Beynəlxalq Elm Parkları Assosiasiyasının saytı

7.<https://www.infoholicresearch.com/>

8.<http://interfax.az/view/758256>

9.<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-beyond-digital-the-rise-of-ecosystems-and-platforms#>

10. <https://vergiler.az/news/economy/11603.html>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Sığorta bazarının rəqəmsallaşmasının əsas istiqamətlərinin xarakteristikası	15
Cədvəl 2: Sığorta bazarında yeni rəqabət formaları	37
Cədvəl 3: Sığorta bazarında rəqabətin rəqəmsallaşdırılması istiqamətləri	38
Cədvəl 4: Dünyadakı texnoparkların adlandırılması (%-lə)	42
Cədvəl 5: Azərbaycan Respublikasında Telekommunikasiya və İnformasiya Texnologiyalarına dair Strateji Yol Xəritəsi	61
Cədvəl 6: Sığorta xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılması tədbirləri	65

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: “Insurtech” start-uplarının təqdim etdiyi həllər.....	32
Şəkil 2: “2018-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında rəqəmsal ödənişlərin genişləndirilməsi üzrə Dövlət Proqramı“nın 2018-ci ilin 4-cü rübündə icra vəziyyəti	63

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Rəqəmsal sığortaya ikili yanaşma	14
Sxem 2: Rəqəmsallaşma sahəsində dövlət siyasətinin formalaşdırılması	67

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Texnoparkda yer alan startup firmalar	43
Qrafik 2: Sığorta bazarının 2020-ci il üzrə əsas inkişaf göstəriciləri	49
Qrafik 3: Azərbaycan Sığortaçılar Assosiasiyasının göstəricilərinə əsasən sığorta şirkətlərinin rəqəmsal dəyərləndirilməsi	51