

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“AZƏRBAYCANDA SİĞORTANIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ
DÜNYA TƏCRÜBƏSİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Usubova Günel Natiq 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**

“ ____ ” _____ **20__ -ci il**

**“AZƏRBAYCANDA SIĞORTANIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ
DÜNYA TƏCRÜBƏSİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060403- Maliyyə

İxtisaslaşma: Sığorta işinin təşkili

Qrup: 624

Magistrant:

Usubova Günel Natiq

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

h.ü.f.d., Abbasbəyli Mustafa Aslan

_____ **imza**

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d. Vəliyev Cəbrayıl Xəlil oğlu

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

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

_____ **imza**

Elm andı

Mən, Usubova Günel Natiq qızı and içirəm ki, “Azərbaycanda sığortanın inkişaf istiqamətləri və dünya təcrübəsi” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

“AZƏRBAYCANDA SIĞORTANIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ VƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ ”

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: Sığorta texnologiyası müasir həyatda çiçəklənməyə davam edir. Biz bu faktı ətraf mühətdə müşahidə edə bilərik. Mənim dissertasiya mövzusunda bu sahədə baş verən problemlərdən, real praktikalardan, bu problemlərin bazarda həlli yollarını necə tapmaq haqqında danışılır. Əminliklə, biz müşahidə edə bilərik ki, bu çətinliklərin həll edilməsi üçün həqiqi mənada beynəlxalq sığorta təcrübəsinə ehtiyac var. Bunun ən ali izahı isə elə məhz sığorta sahəsinin avropa və aralıq dənizində yaranması sonradan digər ölkələrə yayılması baş verib.

Tədqiqatın məqsədi: Bu sahə maliyyə xidmətləri sahəsinə daxildir. Əsas məqsəd isə həm inkişaf etmiş ölkələri həm də inkişafda olan ölkələrin sığorta təcrübəsini dəqiq şəkildə araşdırmaq və bunu öz ölkəmizdə tətbiq etməkdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Fərqli məqalələrdən, internet resurslarından, hökumət portallarından, sığorta kitabları və müşahidə metodu mənim sığorta mövzusunun əsas tədqiqat metodlarıdır. Əsas informasiya bazasında isə İqtisadiyyat Nazirliyi, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiə Nazirliyi, statistika komitəsi əsas yer alıb.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Materialların tapılması, ölkəmizin digər ölkələrlə müqayisə edilməsi üçün ətraflı, tam, dəqiq məlumat əldə edilməsi üçün həm kitablar həm də onlayn resurslar çox məhduddur. Buna görə də bu dissertasiyada praktiki təcrübə izah edilmiş və ölkəmizdə bu sahə üzrə biznes planının qurulması real faktlara əsaslanır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Sığorta avropa yarandığı üçün bu maliyyə xidmətinin praktikada tətbiqində avropa təcrübəsinə ehtiyac var, sığorta məhsulları ölkədəki bazar vəziyyətinə uyğun dəyişdiyi üçün inkişafın təməli əsas mənəbdən başlanmalıdır. Məhz biz biraz da olsa ölkələrin təcrübəsini əldə etsək, bu sahə ölkəmiz üçün ən uğurlu sahəyə çevrilə bilər.

Açar sözlər: Sığorta, işsizlik, maliyyə xidməti, əmək bazarı, işçi qüvvəsi.

**“INSURANCE IMPROVEMENTS IN AZERBAIJAN AND GLOBAL INSURANCE
PRACTICES”**

Summary

The actuality of the subject: Insurance technology is going to go prosperous future modern life. This fact shows all word around environment. My dissertation topic talk all problems, issues, real practising, how can we find and solve issues in market. Insurance was created in Europe in Marine sea. That time, Trade workers was giving some paying because of trade goods protected by sea workers.

Purpose and tasks of the research: This service sector is changing head financial sector in developed countries then we young countries need to take benefits from them.

Used research methods: Various articles, internet resources government sites, original insurance books and also observing used in dissertation.

The information base of the research: Ministry of Economy, Ministry of Labor and Social Protection of Population, State Statistics Committee, and others.

Restrictions of research: It was actually difficult to find materials in Azerbaijan because of this topic is so new here and has not got compare issues between Azerbaijan and World's countries.

The novelty and practical results of investigation: I have discussed all issues, practising and how to grow the science in Our Country. The dissertation include real facts, business plan and some ways to invest here for this.

Scientific-practical significance of results: Europe county began to found insurance in these areas. I have some resources in my hand then I will also want to give power and protect my resouces here.

Keywords: Insurance, unemployment, financial services, labor market, workforce.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
Aİ	Avropa ittifaqı
OŞA	Orta şərqə Asiya
FinTech	Maliyyə texnologiya (financial technology)
İot	İnternet of Things
ÜDM	Ümumi daxili məhsul
ÜMM	Ümumi milli məhsul
DSMF	Dövlət Sosial Müdafiə Fondu

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. QLOBAL SİĞORTANIN ANALİZİ VƏ TƏHLİLİNİN APARILMASI	12
1.1 Qlobal sığorta Təcrübəsi (ABŞ, Avropa və Asiya)	12
1.2 Dünya sığortası 2020.....	16
1.3 Dünya üçün Covid-19 sığorta strategiyası	20
II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA SİĞORTANIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ, VƏZİYYƏTİ, ÇATIŞMAZLIQLARI VƏ HƏLLİ YOLLARI	26
2.1 Azərbaycanda sığorta strategiyası.....	26
2.2 Azərbaycanda sığortanın çatışmazlıqları və həlli yolları.....	28
2.3 Qlobal sığorta ilə Azərbaycanın sığorta istiqamətlərinin müqayisəsi	35
III FƏSİL. AZƏRBAYCAN VƏ QLOBAL SİĞORTA TƏCRÜBƏSİNİN BİZNES ANALİTİKASI ÜZRƏ APARILMASI VƏ BİZNES PLANIN TƏŞKİL EDİLMƏSİ	40
3.1 Boston Matrisi və Swot analizinin Sığortada aparılması	40
3.2 Sığortanın Biznes analitika əsasında təhlili	50
3.3 Azərbaycanda sığorta sahəsində biznes planın hazırlanması	59
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	67
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....	71
Cədvəllərin siyahısı.....	74
Şəkillərin siyahısı.....	75

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Sığorta şirkətləri yeni biznesləri, investisiyaları və maliyyə böhranlarının aradan qaldırılması və stabil ətraf mühitin qurulması üçün fəaliyyət göstərirlər.

Sənaye sahəsi geniş və fərqli problemlər ilə üzləşməyə meyillidir. Məs: demoqrafik xüsusiyyətlər, bazar rəqabəti, müştəri gözləntilərinin və rəftarının dəyişməsi. Sığortaçılar gələcək dəyişmələri planlaşdırırlar, digərləri isə strategiyalara uyğunlaşmağa çalışırlar. Burada əsas məsələ isə qısa vaxt ərzində dəyişməyə fokuslanmaq və performans göstərməkdir. Məhz sığorta analizinin aparılması riskin transfer edilməsinin əsas mənbəyi olduğu üçün buna biz 2 istiqamətdə baxa bilərik:

1. Bazar analizinin aparılması (outside-in scenario planning analysis) – araşdırmada əsas proses qlobal sosiallaşmanın, texnologiyanın, ətraf mühitin, iqtisadi və siyasi faktorların təsirinin hesablanmasıdır, yəni sosial, texnoloji, ətraf mühit, iqtisadi, siyasi, (STEEP) və digər baxış isə şəxsi sığorta növlərini global bazara çatdırmaqdır məhz həmin növ sığorta məhsullarının potensial təsirinin dərəcəsinin insanlar arasında baş verən vəziyyəti təhlil etməkdir.

2. Sığortaçıların biznes modellərinin xüsusiyyətləri 2-ci hissə isə inside-out 3D business design analysis yəni daxildən –kənara biznes modelidir. Bu modeldən istifadəni daha çox inkişaflı nəhəng şirkətlər edir. Modelin əsas əhəmiyyəti isə riski maksimum səviyyədə kənarlaşdırmaq və xüsusi bacarıqlardan istifadə etmək qabiliyyətinin olmasıdır.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: - Riskləri fürsət bilib onları biz imkanlara çevirməliyik. Əgər bu istiqamətdə baxsaq görəyik ki, global və ölkə sığortasında hər ölkənin fərqli iqtisadi-siyasi problemləri olduğu üçün bu özünü sığorta sahəsində göstərir məs: Afrika ölkələrində xəz dəri geyimlərinin sığortalanmasını həyata keçirən şirkət tez zamanda müflis olacaqdır, çünki ölkənin iqlim faktoru orada xəz dəri geyimlərinə uyğun gəlmir və ya başqa nümunə biz Daşkəsən rayonunda torpağın sürüşməsinin sığortalanması məhsulunu bazara daxil

etsək, heç kəs buna marağ göstərməyəcək, çünki Daşkəsəndə əsas ətraf mühit faktoru torpağın sürüşməsi deyil subasmaı olmasındır. Deməli bu misallar bizə göstərir ki, əsas problemin olması deyil, əsas olan onun həllinin tətbiqinin necə olacağıdır. Son zamanlar Covid-19 –da global təsirini hər ölkəyə hansı səviyyədə nüfuz etməsinə dair David Law (Global Insurance Leader), John Wynn (Global Insurance Advisory leader in Hungary), Allan Buitendag (National Insurance Consalting leader in Canada), Alchim Bauer (UK Insurance Strategy Consulting leader), Afzal Tarar (china), Jamie Yoder (US Insurance Advisory Co-leader), Peter WHALLEY(Hong Kong Insurance leader), Jonathan Simmons (Canada Insurance leader), Paul MCDonnell (US Insurance Advisory Co-leader), Matt Adams(Insurance Practise leader inUS), Marie Carr(Insurance Advisory Partner, pwc strategy, Bruce Brodie, Ellen Wals US, Jim quick US, Scott McMillen US-in apardığı tədqiqatları nümunə kimi göstərə bilərik.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Dissertasiya mövzusunun məqsədi sığortanın inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə hansı prosesdə getdiyinə baxmaq analizini aparmaq və öz ölkəmiz ilə müqayisə etməkdən ibarətdir. Daima istehlakçı davranışları, gözləntilər, arzu və ehtiyaclar gəlirinin artması və ya azalması ilə dəyişdiyi üçün bu dəyişimlərin global olaraq cəmiyyətin nəyə üstünlük verməsi və hansı tərəfdə daha güclü bazanın qurulmasının, bununla da bazarda sağlam təməlli bazaya sahib olma məqsədinin daşıyır. Tədqiqatın vəzifələri isə aşağıdakı kimidir:

1. Sığorta strategiyasının Covid-19 üçün araşdırmasını aparmaq;
2. İnsurtech-in tətbiq səviyyəsinin analizinin imkanlarını müəyyən etmək;
3. Sığorta 2020 –də olan dəyişikliklərə baxmaq və gələcəkdə bu sahənin vəziyyəti haqqında proqnoz vermək;
4. İEÖ və İEOÖ müqayisəsinin və istifadə etdikləri sığorta alətlərini araşdırmaq;
5. Swot və Boston tətbiqinin imkanlarının sığorta bazarındakı göstəricilərinin araşdırmasına baxmaq;

6. Son olaraq, Biznes analizinin tam formalaşdırmaq və ölkəmiz üçün biznes plan hazırlamaq.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Dissertasiya mövzusunun elmi və praktiki obyektı və predmeti ondan ibarətdir ki, hal-hazırda Covid-19 pandemiyasının sığorta bizneslərinə təsiri və hansı sığorta bizneslərini inkişaf etdirməyin məqsədəuyğunluğunu müəyyən etməkdir. Həm Avropa, Amerika və Asiya üçün sığorta bazarının svot təhlilini aparıb müsbət və fərqli tərəflərini analiz etmək və sonda qlobal sığorta təcrübəsini nəzərə alaraq ölkəmizin sığorta bazarını araşdırmaq vəziyyəti təhlil etmək və hansı yeni növ məhsulları formalaşdırma bilərik, hansı yeni növ innovasiyalar tətbiq edə bilərik və.s kimi Azərbaycanda sığorta sahəsində bir biznes plan hazırlamaq olacaqdır.

Tədqiqat metodları: Tədqiqat metodları kimi dissertasiyanın fəsilərində praktiki təcübələrdən, araşdırmalardan, elmi məqalələrdən qrafiklər, düstur və cədvəl şəklində istifadə edilmişdir. Bu dissertasiyada əsas istiqamət xarici resursların Avropa, Amerika, Asiya üzrə toplu bazanın ədə edilməsi və onların üzərindən nəticənin ədə edilməsi dayanır. Tədqiqat metodlarından elmi və praktiki demək olar ki, dissertasiyanın hər bir punktlarında yazılması zamanı istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqat işinin informasiya bazası kimi rəsmi hökumət portallarından, elektron kitabxanadan, internet resurslarından, kitablardan və xarici professorların online mülahizələrindən, dünya ölkələrinin elmi məqalələrindən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın mədudiyyətləri: Azərbaycanda sığorta sahəsi müstəqilliyimizi 1991-ci ildə əldə etdikdən sonra SSR-in tərkibindən ayrıldığıımız üçün azad bazar iqtisadiyyatı xüsusi ilə sığorta sahəsinin qurulması ölkəmiz üçün yeni anlayış oldu əvvəllər bu sahə inzibati amirlik sistemə tabe olduğu üçün hər bir sahə dövlətə məxsus idi müstəqillik zamanında isə bir çox sığorta şirkətlərinin qurulmasına baxmayaraq düzgün balans hesabatını, bazar araşdırmasını, rəqabət qabiliyyətini tələb və təklif tarazlığını araşdırmamasına görə müflis oldu. Hal-hazırda bu sahənin

inkişafına baxmayaraq, yenə də tam forma almadığı üçün güclü araşdırmaya və xarici praktikaya ehtiyac var.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqat zamanı rəqəmsal transformasiya, balans hesabatları, gələcəyə investisiyanın hansı istiqamətdə aparılacağına dair proqnoz, bazar analizi, Steep modeli, reqressiya, proqressiya, faktorların kombinasiyası, big data (geniş məlumat), taktiki qərarvermə, iqtisadi və siyasi güc bazası, iqtisadi təsiretmə, sığorta şirkətlərində standartların harmoniziasiyası, gələcək bizneslərə təsir etmə proqnozu, biznes strategiyasının gələcək ilə üzləşdirmək üçün dizayn etmək taktikası, innovasiyaların yaradılması prosesi, global inkişaf strategiyası və buna bənzər nəzəri metodlardan istifadə edilmişdir.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Qeyd etmək olar ki, sığorta sahəsi 21-ci əsrin ölkə iqtisadiyyatının qan-damar sistemini təşkil edən bir qoldan ibarətdir. Bu sahənin inkişaf etməsi ölkə iqtisadiyyatının inkişafına, yeni iş yerlərinin açılmasına, rifah səviyyəsinin yüksəlməsinə imkan yaradır. Dissertasiya işində qarşıya qoyulan təkliflər və tövsiyələrdən Azərbaycan ilə Dünya ölkələrinin sığorta üzrə müqayisəsini aparmaq hazırkı çatışmazlıqlara təkliflər vermək və hansı sığorta məhsullarının ölkəmizdə faydalı olacağı haqqında sistemləşməni aparıb məlumatlandırma, həmçinin tədris prosedurunda istifadə oluna bilər.

I FƏSİL. QLOBAL SİĞORTANIN ANALİZİ VƏ TƏHLİLİNİN APARILMASI

1.1 Qlobal sığorta təcrübəsi (ABŞ, Avropa və Asiya)

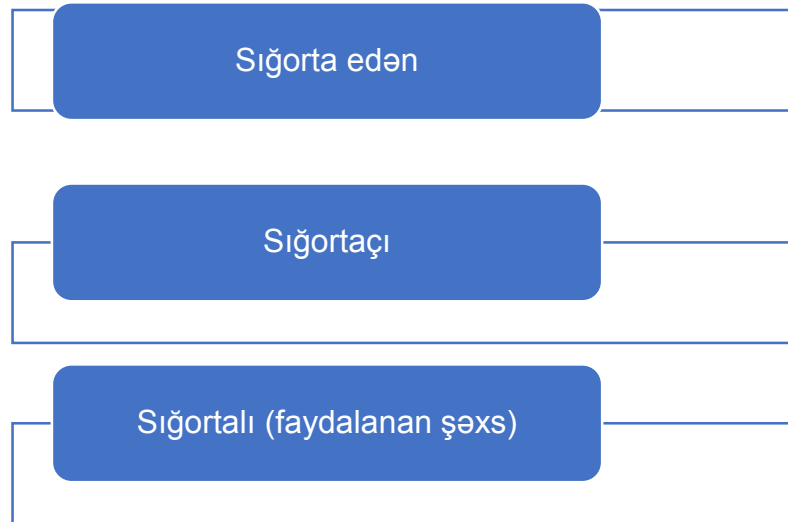
Qarşıda duran əsas məsələ gözlənilməz hadisələr nəticəsində sığorta olunanın sığortaçı tərəfindən sığorta ödənişinin təyin edilməsi və bu məbləğlə müəyyən zaman kəsiyində itirilmiş gəlirin kompensasiya edilməsidir. Sığorta haqqı şirkətin sadəcə itirilmiş maliyyəsinin bərpa edilməsi və baş verə biləcək böhranın qarşısını almaq üçün istifadə edilən maliyyə xidmətidir. Sığorta praktikasının ən önəmli hissəsi iki hissəyə ayrılır: Anderraytinq və riskin dərəcəsi. Bu ikili sığortanın əsas fundamental funksiya rolunu oynayır. Anderraytinq riskləri ayırmaqda, reyting səviyyəsini qiymətləndirməkdə, qiymət sisteminin ölçülməsində vacib rola malikdir (Franklin J. 2001: s 274-277).

Anderraytinqin prinsipləri.

Anderraytinq sığorta bazarında baş verən və verə biləcək bütün maneələri seçməlidir. Bu obyektlər seçildikdən sonra isə anderraytinq riskin dərəcəsini və reyting strukturunu yaradır. Bazarda tez-tez tendensiyaların olduğunu aydın görə bilirik. Anderraytinqin əsas işi isə riskin dərəcəsini dəqiqliklə ölçmək, bu işə investisiya qoymağa dəyərmi sualı ilə bəli və ya xeyr arasındakı düzgün seçimin edilməsidir. Deməli sığorta anderraytinqin qərarları əsasında işləyir, buna misal olaraq həyat sığortası, məsuliyyət sığortası, daşınmaz və daşınar əmlak sığortası, kənd təsərrüfatı sığortası, beynəlxalq təcrübədə rast gəlinən mikro sığorta məhsullarında data analizləri aparılır, NPV və digər rəqəmsal, internet resurlarından istifadə edərək ekspert yoxlamasının nəticəsinin son olaraq yekunda verilən qərardır. Bunu gəlin bir nümunə ilə avtomobil sığortası üzrə izah edək bir müştəri yaxınlaşaraq avtomobilini sığortalatmaq istəyir bunun üçün sadə faktorlar – müştərinin yaşı, cinsi, evli və ya subay olması, sürücülük vəsiqəsinin kateqoriyası, sürücülük təcrübəsi, məşğulluq və yaşayış səviyyəsi, spirtli içkilərdən istifadə tezliyi bu kimi faktorlar anderrayterlərin riski qiymətləndirməsində istifadə edilir. Bundan sonra biz bilməliyik ki, sığorta modelini yaratmaq üçün biznes modellərindən,

premiyaların istifadəsindən, gəlirlərin düzgün bölüşdürülməsindən, aktivlər, gizli biznes planları. İdarəetmə istifadə edilən xərclər tam şəkildə strateji planlamada yer almalıdır. Mədaxil və məxəric olan bütün əməliyyatlar aydın şəkildə faktlar əsasında göstərilməsidir. Ümumiyyətlə müşahidə apardıqda əsas problemlərdən biri sənədlərin tam keyfiyyətli və sistem nəzarəti altında olmadan 20-ci əsrin əvvəllərində olması idi. Lakin ağıllı yəni smart məhsullar yarandıqdan sonra rahat şəkildə kağız daşıyıcılara ehtiyac qalmadan elektron arxivləşməni sığorta şirkətlərində, banklarda və digrə maliyyə xidmətlərində yavaş-yavaş görmək mümkündür (Bentley B., 1970).

Şəkil 1: Sığorta sahəsində iştirak edən 3 tərəf.



Mənbə: “İşsizlikdən sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu” 1 yanvar 2018

Qlobal Sığortanın tarixi Babilistan, Çin və Hindistan ticarətçilərinin zamanına e.ə 2-ci və 3-cü minilliklərə gedib çıxır. Aralıq dənizi sahillərində ticarətçilər öz mallarını qorumaq üçün müəyyən haqq müqabilində işçilərə ödəniş ödəyirdilər beləliklə sığorta anlayışı ilk dəfə marin (mediterian) - aralıq dənizi altında yarandı (J. David 1997 və Mary A.,1997).

Hər bir sahənin özünə məxsus dili vardır burada sığorta sahəsi bütün sahələri əhatə edən dil qrupa daxil edilir.

Beynəlxalq tədqiqatçılar xüsusi sığorta örtüyündən istifadə etmək istəyirlər bu örtük cəmiyyəti 2 dəfə sosial təhlükəsizlik istiqamətində dəyişməsi deməkdir.

Bəs sosial təhlükəsizlik nə deməkdir ?

Sosial təhlükəsizlik Avropa da Milli sığortada adlanır.Bunu biz aşağıdakı sxemdə görə bilərik.

Şəkil 2 : Sosial Sığorta Təhlükəsizliyi



Mənbə : “PWC Sığorta , 11 iyun 2020”

Şübhəsiz ki, Milli sığorta planı hər bir ölkənin üdm məhsul göstəricisindən, əmək qabiliyyətindən və iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılıdır. Ümumiyyətlə avropa tədqiqatçıları 1-ci növbədə milli sığortanı həyata keçirməzdən öncə həmin ölkənin nəyə ehtiyacı olduğunu araşdırırlar və daha sonra investisiya yatırır sonra isə daha çox inkişaf etməsi üçün təkliflər irəli sürürlər. Sığorta ödənişləri bizim gələcəyimiz investisiyasıdır.Biz hara gediriksə,beynəlxalq müqavilə bağlayırıqsa və.s kimi hallarda sığorta bizim sosial təhlükəsizliyimizi qoruyaraq daha güclü investisiyaların həyata keçirməsinə şərait yaradır (L. Goldberg.,2003).

Sosial səviyyənin yüksəlməsi sosial gəlirliyin artmasından və harda yaşamaqdan da asılıdır beynəlxalq təcrübəyə istinadən bunu aşağıdakı şəkildə bilərik:

- Ölkə yaşayışının cari vəziyyəti;
- Ölkədə yaşayan vətəndaşların çoxluq təşkil etdiyi irq;

- Milli sığorta üçün resurs;
- Ölkənin daha çox perspektivli hesab edildiyi sahələr;

Misal üçün Amerika, vətəndaşlarına hansı ölkəyə getməyindən asılı olmayaraq (Kuba və Şimali Koreya istisnadır) dünya miqyasında sosial sığorta ödənişlərini qəbul edir və bununlada hər bir şəxs rahat şəkildə ölkəyə səyahət edə və ya yaşaya bilər bu həm iqtisadi qolu olan sığortanın inkişafına, həm sosial inkişafa, həm də məşğulluğun inkişafına təkan verir. Böyük Britaniyada isə EEA üzrə hansı ölkələr ilə müqavilə bağlanıbsa və krallığın sahibkarlıq məhsulları həmin ölkələrdə satışa çıxırsa bu zaman böyük britaniyadan həmin ölkəyə ölkənin xətti ilə gedən vətəndaşlar əgər orda əvvəcdən daimi məskunlaşarsa yada BB –ya 6 aydan sonra qayıdarsa həmin şəxsərə əlavə pensiya hesablanır bunun da nəticəsi ölkə məhsullarını tanınmasına istiqamətlənməsidir (Haurant S.,2005).

Hər bir ölkənin özünəməxsus qaydaları, milli sığorta sistemi mövcuddur. Əhəmiyyətli məsələ isə yaşam standartları, təcrübə ,informasiya toplamanması və sosial təhlükəsizlik razılaşmalarına avropa və asiya ölkələrinin müqayisəsində baxaq:

1-ci fərz edək ki, Avropa, Amerika və Asiya ölkələri health (sağlamlıq) üzrə sığortalanmayı həyata keçirilən insanlar daha çox avropada və amerikada buna maraqlıdırlar. Bu isə tibb sahəsinin inkişafından və qiymətindən asılıdır.

Bu hal, tez-tez “Ərazi qaydaları” adlanır. Təsəvvür edin ki, siz milli sığorta planının bir üzvüsüz və həmin ölkədən gəlir əldə edirsiniz bu isə sizin kimi bütün ölkə əhalisinə aid edilir. Aİ sosial təhlükəsizlik kordinasiyası, beynəlxalq sazişlər, milli sığorta koorperasiyası kimi strateji planlaşdırma Avropa üçün əsas baza rolunu oynayır.

2-ci beynəlxalq razılaşmalar daha çox gəlir qazanmağa, tanınmağa, formalaşmağa xidmət edir. Sığorta haqqlarının hissə-hissə ödənilməsi ilə evə xərclənməsinin fərqi yoxdur ikisidə eyni perioddur. Pul əgər sığortaya ödənilirsə o pul bizə nə vaxtsa kompensasiya olunur yəni transfer bunların hamısı rifah iqtisadiyyatının inkişafına təkamül yaradır (Adams J.,2012)

1.2 Dünya sığortası 2020

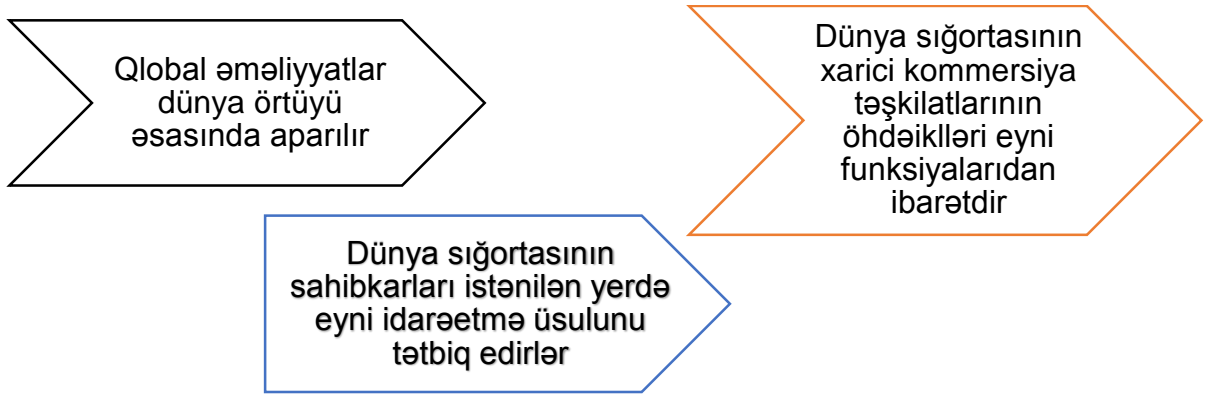
İlk başlığı dünya sığortasının nə olması ilə gəlin başlayaq

Dünya sığortası nədir?

Dünya sığortası qlobal örtüklü kommersiona siyasətidir. Dünyanın dörd tərəfindən siyasi-iqtisadi sahibkarlar bu siyasəti coğrafi vəziyyəti araşdırdıqdan sonra örtük yaradırlar.

Çoxmillətli şirkətlər, korporasiyalar, milli şirkətlər bu sığorta növü ilə şərikli (komendant ortaqlıq) kimi nizamnamə kapitalı yaradırlar və beynəlxalq müqavilə bağlandıqdan sonra isə dünya ətrafında fəaliyyətə başlayırlar. Dünya sığortasının bəzi növləri var ki, onlar bir çox ölkələrdə çox əsas nüanslarını aşağıdakı kimi belə qruplaşmışdır. (Gregory D. 2003 və Squires., 2003).

Şəkil 3: Qlobal sığortanın dünya praktikasında təcrübə formaları



Mənbə: <https://www.cgdev.org/>

Bu sığorta növü istər yeni yaradılacaq start-upların, istər uzun müddət bazarda olan şirkətlərin, istərsə də mikro sahibkarların risklərinin minimumlaşdırılması və gələcəkdə baş verə biləcək kortəbii risklərinin kommersiona risklərinin transfer edilməsindən ibarətdir. 21-ci əsrdə artıq xarici bizneslər artmaqda davam edir bu isə öz növbəsində biznesdə ehtiyacların dəyişməsinə sığorta sektorunun güclənməsinə təkan verir.

Dünya sığortasına nəzər salsaq hal-hazırda 2 istiqamət üzərində formalaşmanın şahidi olarıq.

1-ci əsas nəhəng bazar payına sahib şəxslərin analizi - biz gələcək üçün xəyallar qururuq eyni qayda bura da daxildir buna kənardan planlaşdırma da deyə bilərik əsas təsir dairəsi isə global cəmiyyət, texnologiya, ətraf ailəm, iqtisadi və siyasi vəziyyət həmçinin sığorta sahəsi üçün vacib əhəmiyyətli olan isə şəxsi kommersiya və həyat annuitetidir

2-ci istiqamət isə biznes modelləridir bu isə daxildən biznes dizayn formasını özümüzün brendi kimi yaratmağımız və riskləri maksimum səviyyədə transfer etməyimiz, imkanlarımızı isə qiymətləndirməyimiz vacibdir.

Bəzən biz bazarda araşdırma apardığımız zaman bütün proseslər qarışıq görünə bilər. Buradakı əsas məsələ isə bu hal və hadisələrin düzgün şəkildə hesablanmasıdır. Əgər qarşısı alınmaz hadisələr baş verərsə sürətli qərar vermə ilə işçilərin dəyişkən rəftarlarını doğru istiqamətə yönəldilməsini təşkil etməkdir. Bazar modelləri onların qurulması sonradan planlaşdırma edib istifadə edilməsi açıq bazar iqtisadiyyatında fərqlidir. Hər bir lider öz daxili qanunvericiliyini özü quraşdırır bilər burada şərt deyil ki, istifadə amilləri elə məhz dünya praktikasına əsaslanınsın lakin əsas məsələ açıq bazar iqtisadiyyatında bazarın hər zaman risk gətirə biləcəyini nəzərə alaraq bunun üzərində idarəetmə uçotunu qurmaq və bunu da müəssisənin daxilindəki milli xüsusiyyətləri nəzərə alaraq etməkdən ibarətdir. Bir nümunə ilə gəlin belə izah edək: biz mozzarella pendirini hazırlaya bilərik lakin İtalyanlar qədər daha professional edə bilmərik deməli buradakı əsas məqam sadəcə istehsal etmək deyil tarixi amillər və milli adətlərdə burada əsas yer alır. Biz bu faktorlar ilə işləməli bizim ölkəmizə xas olan dəyərlərin üzərində idarəetmə keyfiyyətlərini artırmaq lazımdır belə olduğu təqdirdə bizim biznes sahəsi daha uğurlu modelə çevriləcəkdir. İndi isə aşağıda göstərilən planlaşma və biznes dizaynın Boston kollecindəki əsas 6 faktorlarını izah edək:

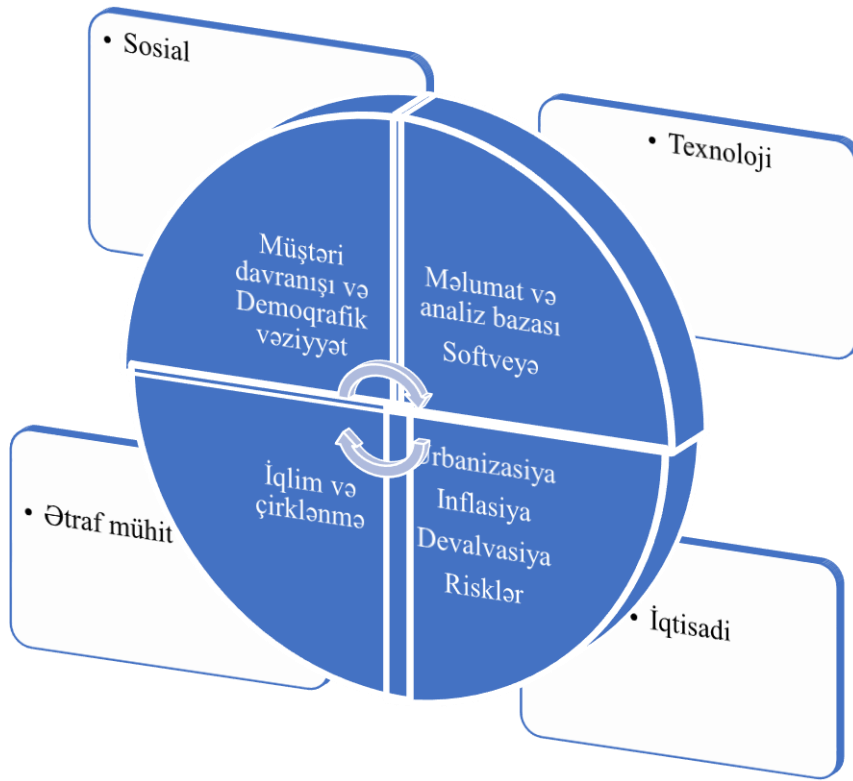
Şəkil 4 : Planaşdırma və biznes dizayn



Mənbə : <https://www.bc.edu/>

İEÖ-də iqtisadi inkişaf daha sürətlidir çünki yerli bazarlar sosial-demoqrafik və texnoloji trendlər (keçmiş illər) üzrə müqayisə aparır). İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə fərqli modellərə rast gələ bilərik bunlar istər -istəməz hər bir ölkə üzrə dəyişir. Buna misal olaraq deyə bilərik ki, bugün Hindistanda olan parçaların dəyərini necə ki, Afrika ölkələrində tapa bilmirik və ya Yaponiyada olan nano-texnologiya dünya ölkələrinin əksəriyyətindən daha daha güclüdür və ya Amerika hər il köçən miqrantların sayı digər ölkələrə baxdıqda daha çox maraqlı olduğu üçün bu amillərin hər biri dəyişir. Cəmiyyətin xarakteri nə ilə qidalandığı, hansı geyimlərə üstünlük verdiyi, milli dəyərləri, onların ən xırda yaşadığı mühitdən tutmuş, kimin harada çalışdığına qədər bütövlükdə olan xüsusiyyətlər çox önəmlidir. İndi isə STEEP adlanan yəni bazara daxil olan zaman əsas nəzərdə tutulan sosial proseslərin necə getdiyini, texnoloji sahədə olan yenilikləri, iqtisadi və ətraf mühitin biznesə uyğunlaşması ilə əlaqədar cəmiyyətə verdiyi təsirlər və qiymətqoyma amilinin düzgün hesablanması üçün maya dəyərinin ölçülməsi kimi hissələr yer alır bunları daha ətraflı və aydın şəkildə dünya miqyası üzrə STEEP adlanan faktorlara aşağıdakı şəkil 5-də aydın şəkildə görə bilərik:

Şəkil 5: Sığorta analizində tətbiq edilən meyarlar



Mənbə : PWC şirkətinin sığorta analizi, 2020

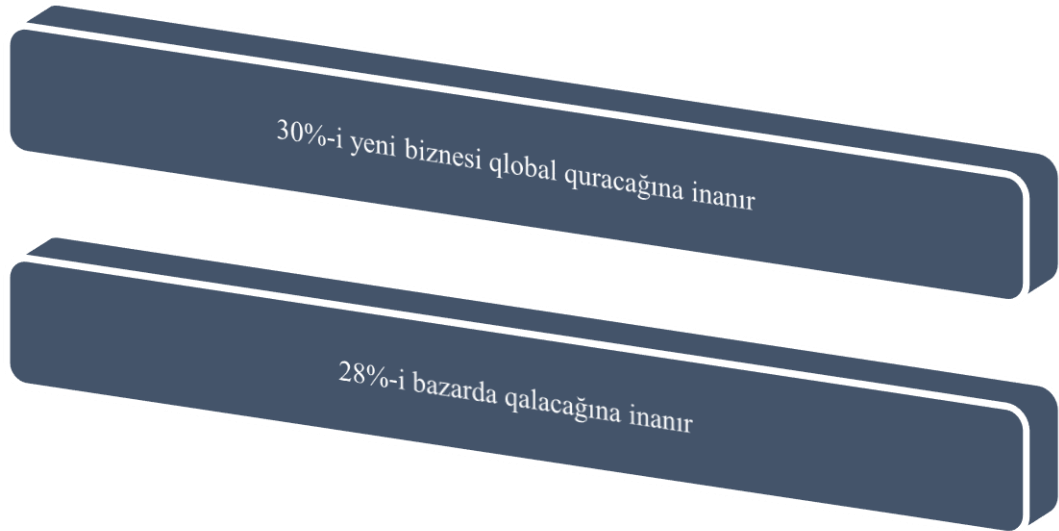
Yeni sosial idealar milli biznes şəriklərini daima sirkələyir sığorta sahəsi buna əsas nümunədir bəs belə olduqda nə etməliyik? Müştəri gücünü artırmaq lazımdır.

Müştərilərin gözləntiləri- (müştərilər və biznes) elanlar,daşıma xidmətləri, mobil texnologiya, online xidmətlər, artdıqca müştəri tələbləri də artır buna misal olaraq Amerikada tətqiqat nəticəsində əldə edilmişdir ki, 50% 18-25 yaş aralığındakı müştərilər direkt (online) sığortalanmaya üstünlük verirlər. Təbətələr, smartfonlar olduğu müddətdə bu proses internet istifadəçiləri üçün hərəkətdə olacaq istənilən vaxt istənilən yerə nəticəsi olaraq bu dəyişiklik bütün sahələrin smartlaşmasına təsir edəcək.

Sosial şəbəkə-müştərilərin və sahibkarların rahat,şəffaf əlaqə qurduğu bir bazar nöqtəsidir. Sosial şəbəkənin inkişafı global adoptasiyaya, balans gücünü artırır sadəcə 6 il fəaliyyət göstərən facebookun 800 milliondan çox istifadəçisi var eyni ilə müştərilər üçün sosial şəbəkə daha rahatdır .

Son zamanlar dünya iqtisadiyyatı ABŞ, Avropa və digər OECD millətlərindən daha çox asılıdır həmin ölkələrdə inkişaf və rəqabətin artmasına şərait yaradır.

Şəkil 6: PWC şirkətinin biznes araşdırması



Mənbə: Beynəlxalq Sığorta Cəmiyyətinin və PWC şirkətinin 150 şirkət arasında araşdırması, iyun 2011

1.3 Dünya üçün Covid-19 sığorta strategiyası

İlk sual Covid-19 baş verdiyi anda sığorta sahəsində nəyə öz təsirini göstərdi? Maliyyə təsiri özünü, baş verən əməliyyatlarda, gələcək periodlarda likvidlik səviyyəsi və kapital resurslarına təsir mənbələrini praktiki göstəricilər ilə aşağıda kimi olmuşdur.

- Maliyyə təsiri 71%
- Likvidlik səviyyəsindəki təsir 64%
- Əmək gücünə təsiri/məhsuldarlığın azalması 41%
- Müştərilərdə gəlir səviyyəsinin azalması 40%
- Gözləntilərin nəticəsi 23%
- Vergiyə, ticarətə və immiqrasiyaya təsiri 17 %
- Kiber təhlükəsizlik riskləri 5%
- Fraud risklər 3%

- Gizlilik riskləri 2%

Nəzər yetirək:

Şəkil 7: Covid-19 sığortanın dəyişməsi istiqaməti 3 istiqamətdə dəyişikliyi

1. Demək olar ki, əksər iş yerləri evlərlə əvəzləndiyi üçün artıq kibertəhlükəsizliyin daha güclü qorunmasına zərurət yarandı.
2. Pulun dəyərə çevrilməsi yəni artıq istənilən sahənin nağdsız əməliyyatlara çevrilməsi daha sürətli bas verdi.
3. Sığortaçılar artıq məruzə kartı reporting card adı ilə demək olar ki, bütün proseslər internet üzərində sürətli müştərilərə

Mənbə: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/insurance.html> PWC sığorta şirkətinin bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Əhəmiyyətli sual – biz necə biznes strategiyalarını normal uyğunlaşdırma bilirik? Bu sualda sığorta müştəriləri 3 cavabda qeyd edib.

Şəkil 8: Dijital dəyişimin mərhələləri



Mənbə: ABŞ Beynəlxalq Enerji İnformasiya Agentliyi, oktyabr 2011

Dijital dəyişim-böhrandan əvvəl bir-çox sığorta şirkətləri dijital transformasiyası strateji xəritələrində idi. İndi isə onlar bu prosesi sürətləndirməyə çalışırlar.

İllər əvvəl biz düşünürdük ki, texnologiya xərcləri sadəcə azalacaq data analizinin nəticəsi daha düzgün keyfiyyətli qərarların verilməsinə yüksək işə fokuslanmağa təsir etdi. Covid-19 daimi dəyişikliyi müştəri davranışında göstərdi.

1. Operativ modelin inkişafı
2. Balanslaşmanın gücləndirilməsi

İqtisadiyyatın kilidlənməsi, gəlirlərin azalması, ÜDM artım tempinin azalması və işsizliyin artması nəticəsində pandemiyanın dərhal təsiri aşağıdakı sığorta xətlərinin satışlarındakı azalmadır:

Əmlak sığortası. İqtisadi vəziyyətin pisləşməsi ilə nəticələnən istehlak mallarının satışında azalma əmlak sığortası xətlərinə olan tələbi təsir edəcəkdir. Bu qarşılıqlı asılılığın ən yaxşı nümunəsi avtomobil bazarındadır. Yeni avtomobillərin satışında açıq bir azalma, ardından yeni avtomobil sığortası polisi sayında azalma müşahidə edildi (2020). Eyni təsir, müəssisələrdəki nəqliyyat vasitəsi parklarının ölçüsünün azaldılması və iki və ya daha çox avtomobil sahibi olan ev təsərrüfatlarında avtomobillərin atılması ilə meydana gəldi.

Məsafədən iş, evdə qalma sifarişləri səbəbindən gündəlik iş yerləri üçün avtomobillərin azaldılması istehlakçıların nəqliyyat sığortasına və qiymətlərinə münasibətini dəyişə bilər. Fərdi şəxslərin və şirkətlərin maliyyə problemləri, xərclərin rasionallaşdırılması ehtiyacı, yalnız lazım olduqda evdən çıxma vərdişinin möhkəmləndirilməsi, ehtimal ki, UBI modelinə (Alleaume 2020) əsaslanaraq daha çevik, tələb üzrə əhatə tələbi yaradacaqdır.

Beynəlxalq nəqliyyatda məcburi karantin, hərəkət məhdudiyyətləri və ticarət dövryyəsinin azalması nəticəsində yük sığortasına tələb çox güman ki, azalacaq. Nəticədə nəqliyyat sayında azalma, marşrutların dəyişdirilməsi, bəzi ticarət əlaqələrin dayandırılması və ya nəqliyyat sifarişlərinin yerinə yetirilməsində gecikmələr gözlənilir (Yeshin 2020).

Həyat sığortası. McKinsey, həyat sığortası tələbinin üç səbəbdən azalacağını proqnozlaşdırır: cəmiyyətin bir hissəsinin yaşayış səviyyəsinin aşağı düşməsi, anderraytinqə daha ehtiyatlı yanaşma ilə faiz dərəcələrinin aşağı olması səbəbindən yüksək mükafatlar və tibbi testlərə problemlə giriş (Balasubramanian, Damico & Godsall) 2020). Şəxsi risk anderraytinqinə daha çox vurğu beynəlxalq səyahətlər, xüsusilə Covid-19 vakaları çox olan ölkələrə səyahətlər kimi məsələlərə verilə bilər. Bəlkə sığortaçılar daha çox sığorta müqaviləsi bağlayarkən güzəşt müddətlərini tətbiq edəcəklər.

Covid-19 pandemiyası, tibbi sığortanın, gündəlik xəstəxana müavinətlərinin və tibbi yardım sektorunun satışını sürətləndirə bilər. 2003-cü ildə SARS epidemiyasından sonra Çində tibbi sığortaya xərclər iki qat artdı (Sandhu & Prasanna 2020).

Covid-19 ilə əlaqəli sığorta tələblərindəki kəskin artım, geniş sığorta xəttini əhatə edəcəkdir:

Ticarət kredit sığortasında tələblərin artması gözlənilməlidir. Bir çox şirkət bağlanma, gəlirlərin azalması, sifarişlərin azaldılması və problemlə beynəlxalq ticarətdən əziyyət çəkəcək. Bu, bütün tədarük zənciri boyunca iflas zəncirini tetikleyebilir və birbaşa sığortaçıları vuracaqdır. Ticarət, mədəni və ya idman tədbirlərinin ləğv edilməsini əhatə edən sığorta xətlərində iddialarda müəyyən bir artım ola bilər. Məsələn, ləğv olunan Tokio Olimpiya Oyunlarının sığortaçıların 2 milyard ABŞ dollarına başa gələcəyi təxmin edilir.

İşin dayandırılması sığortası ümumiyyətlə pandemiya səbəbindən işin kəsilməsindən yaranan ziyanı ödəmir, çünki işçilərin işsiz qalması səbəbindən əmlakına fiziki ziyan dəymir. Virus və bakteriyaların təsiri ilə bağlı azadlıqlar, 2003-cü ildə SARS epidemiyasından sonra sığorta şərtlərinə daxil edildi.

Potensial olaraq yüksək sığorta tələblərinin olduğu digər bir sahə işçilərin təzminat sığortasıdır (iş qəzası, sağlamlıq və işəgötürənlərin məsuliyyətinin ödənilməsi). Pandemiya zamanı lazımi iş şəraitini təmin etməməsi və sağlamlığa ziyan vurmaq üçün işəgötürənlərə qarşı işçilər dalğası gözlənilə bilər.

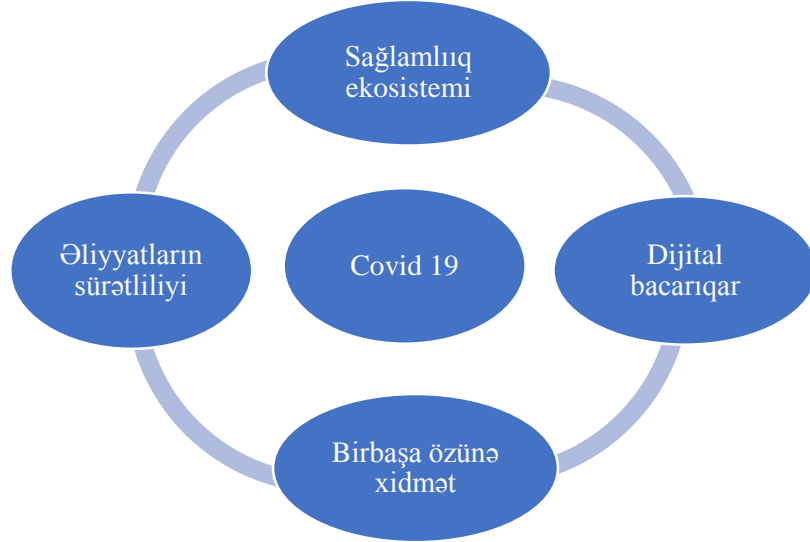
Covid-19-un tibbi sığortaya təsirinin miqyası, müəyyən ölkələrdə milli səhiyyə sistemlərindən asılıdır. Ümumiyyətlə, Avropada dövlət səhiyyəsi üstünlük təşkil edir, özəl səhiyyə xidmətləri ABŞ-da əsas rol oynayır, Asiyada da dövlət səhiyyə sistemi əksər hallarda səmərəsizdir və özəl səhiyyə təminatçıları tərəfindən dəstəklənməlidir. Pandemiya dövründə bir həkim üçün stasionar ziyarətlər onlayn konsultasiyalara dəyişdirilir. Covid-19 üçün testlərin və halların müalicəsinin dövlət səhiyyə təminatçıları olduğu bölgələrdə, pandemiyanın özəl tibbi sığortaya birbaşa təsiri məhdud olacaqdır.

Sığorta sənayesinin çəkdiyi gəlir itkilərinin ilkin təxminləri on milyardlarla dollar zərər olduğunu göstərir. London Lloyds, sığorta və təkrarsığorta sənayesinin Katrina Qasırğasının (50 milyard ABŞ dolları) ziyanından daha çox zərər gözlədiyini təxmin edir. UBS, 60 milyard dollar zərər proqnozlaşdırır (Evans 2020). Proqnozlar reallaşsaydı, bəzi ölkələrdə sığorta sektorunun ödəmə qabiliyyətini qurtarmaq üçün dövlət müdaxiləsinə ehtiyac ola bilər.

Böhranın baş verməsi yeni biznes sahələrinin sığorta sahəsinə daxil olmaqla inkişafına təkan verir. Sığorta sahəsinə Covid-19 dan sonra şirkətlər sığortanın planlaşmasına başladı. Federal hökumətdə isə sentyabr 2001 terrorizmdən sonra ABŞ üçün bu pandemiya bir mament olduğu üçün tərəqqi yaxın günlərdə baş verdi.

Təbii ki, Covid 19 baş verən zaman sığorta sahəsində dəyişikliklər baş verdi. Sığorta olunanların əsas məqsədi sığorta hadisəsi baş verən zaman sığorta olunanın zərərinin müəyyən hissəsinin sığortaçı tərəfindən kompensasiya edilməsidir digər tərəfdən isə sığortaçı isə il ərzində az qisim öhdəliklərinin olması və gəlir əldə edilməsidir buradan da aydın görünür ki, hər iki tərəf gəlirin qazanmasını və zərəre düşməməsini istəyir lakin ən sağlam vəziyyət isə proseslərin qarşılıqlı sağlam qurulması biri - birilərinə təkan verməklə bazar iqtisadiyyatında sağlam rəqabətin yaradılmasına fayda verilə bilər məsələn: covid-19 baş verən zaman ölkədəki hökumətin ən ali məqsədi insanların sağlamlığının qayğısına qalmasıdır bu bir ölkənin ən vacib məqsədidir. Covid 19 zamanı əsas hədəflər dünya ətrafında belə olmuşdur.

Şəkil 9: Covid-19 zamanı artırılması olan hədəf seqmentasiyası



Mənbə: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/insurance.html> PWC sığorta şirkətinin bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA SIĞORTANIN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ, VƏZİYYƏTİ, ÇATIŞMAZLIQLARI VI HƏLLİ YOLLARI

2.1 Azərbaycan sığorta strategiyası

Azərbaycanda sığorta sistemi və qanunvericilik tarixi 1991-ci ildən başlayır. Azərbaycan ərazisindəki sığorta fəaliyyətinə dövlət nəzarəti Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti yanında Dövlət Sığorta Nəzarəti tərəfindən həyata keçirilir. 2001-ci ilin aprel ayından etibarən sığorta fəaliyyəti üzərində dövlət nəzarəti Maliyyə Nazirliyi tərəfindən həyata keçirilmişdir. Bunun nəticəsi olaraq Maliyyə Nazirliyinin Dövlət Sığorta Nəzarəti İdarəsi. Ümumiyyətlə, sığorta işinin inkişafını 3 mərhələyə bölə bilərik Birinci dövr 1920-ci ilə qədər olan dövrdür. XIX əsrin ortalarından başlayaraq neft sənayesinin inkişafı ilə əlaqədar sahibkarlıq fəaliyyətinin genişlənməsi sığorta işinin stimullaşdırılmış gücünə çevrildi. . 1910-cu ildə Bakıda 18 sığorta şirkəti, 1912-ci ildə 30 sığorta şirkəti və agentliyi fəaliyyət göstərirdi. Bu şirkətlərin işinin əsasını Xəzər dənizindəki gəmilərin sığortası təşkil edirdi və bu sahədə rus şirkətləri böyük yer tuturlar.

Keçmiş SSRİ-nin digər ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanda da dövlət sığorta sektoru quruldu. Sığorta işinin inkişafında müəyyən rol oynayan Azərbaycan SSR Dövlət Sığortası Baş İdarəsi və SSRİ-nin Bakı İncəstraxvere İdarəsi yaradıldı. Sovet hakimiyyəti qurulduqdan sonra - 1922-ci ildən bəri sığorta işi dövlət inhisarı altına alındı. Bu zaman əhaliyə göstərilən sığorta xidmətləri məhdudlaşdı. Daha doğrusu, sığorta sektoru dövlət sosial təminat sistemində əlavə olaraq fəaliyyət göstərirdi. Müasir günə qədər dövlət sığortasının inkişafında ardıcılıqla yanaşı çox böyük bir geriləmə var idi. Məsələn, 30-cu illərdə ölkədəki mövcud kooperativ və müştərək fondlar inzibati qaydada ləğv edildi və əvəzinə yalnız dövlət sığortası yaradıldı. Və bu, sığorta sistemində rəqabətin olmamasına və obyektiv inkişafın ləngiməsinə səbəb oldu. SSRİ-də Əməkdaşlıq Qanunu qəbul edildikdən sonra kooperativlərə və birliklərinə sığorta şirkətləri yaratmağa, sığortanın qaydalarını və

növlərini müəyyənləşdirməyə icazə verildi. Beləliklə, kommertiya sığorta şirkətlərinin və ortağ cəmiyyətlərin yaradılmasına başlandı.

İnsanların ilk öncə əlində olan resursları olduqdan sonra onun qorunması haqqında fikirləşir, riski transfer etməyi bacardıqda isə artıq həmin resursu daha da çox istehsal etməyi və genişləndirmək planı önə çıxır. Sonrakı mərhələlərdə isə güclü bir şəbəkə yaratmaq və onu uzunmüddətli qoruyub saxlamaq lazım gəlir. Bunu gəlin pramida ilə izah edək :

Şəkil 10: Pramida üzrə risklərin analizi



Mənbə: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/insurance.html> PWC sığorta şirkətinin bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Ölkəmizdə sığorta strategiyasının formalaşması avropaya nəzər saldıqda daha zəif inkişaf etmiş sektorlardan biridir. Sığortanın yaranması marın sığortası adı ilə dənizdə gəmiləri və içərisindəki mal-materialları qorumaq üçün şəxslərə müəyyən haqq müqabilində verilən sistemdən irəli gəlir. Bu proses avropada SCOR, MUNHEN RE, SWISS, AXA GROUP sığorta və təkrarsığorta kimi nəhəng şirkətlərin qurulması ilə nəticələndi. Ölkəmizdə bu sistem yeni-yeni formalaşdığı üçün zəif olsada inkişaf edir. Lakin sığortanın həm dünya ölkələri üçün həm də Azərbaycan üçün mənfi cəhətlərindən biri işsizlikdən sığorta ödənişinin ödənilməsidir bu sığorta növü vətəndaşın işinə xitam verilməsi nəticəsində əmək haqqısını müəyyən dövr üçün kompensasiya etsədə məşğulluq strategiyasının passiv bölməsidir. Ölkəmizdə Azərbaycanadığı işsizlikdən sığorta ödənişinə baxdıqda

sığorta qanunu 2018-ci ildə yanvar ayının birində qüvvəyə mindikdən sonra tətbiq edilməyə başladı bundan öncə sığorta müavinəti tətbiq edilirdi lakin bu qanundan sonra həm tətbiqi imkanları həm də istifadə qaydası dəyişildi. Hal-hazırda işsizlikdən sığorta ödənişi Azərbaycan Respublikasının Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiə Nazirliyi tabeliyində Azərbaycan Dövlət Məşğulluq Agentliyi tərəfindən təyin edilir. Burada sığorta ödənişinin təyin edilməsi zamanı müəyyən sənədlər hal-hazırda tələb edilsədə müəyyən zaman kəsiyində bu təyinat tam şəkildə elektronlaşacaqdır. Bununla yanaşı bu qanun ölkəmizdəki, qanunvericiliyə, normativ-aktlara və ən ali sənəd olan konstitusiyamıza əsaslanır. Bu sığorta növünün daha ətraflı izahı 2.2 –ci punktda verilmişdir.

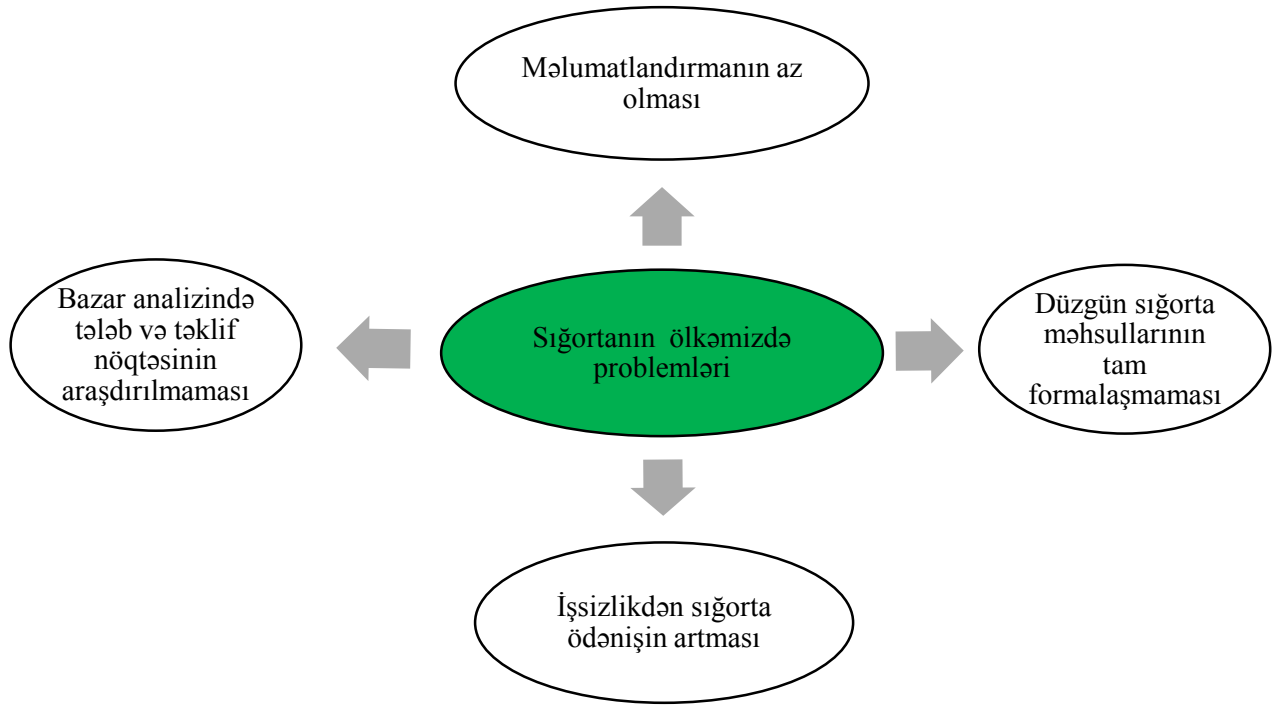
Azərbaycanda sığorta strategiyası Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi tərəfindən hazırlanır və hər il təsdiq edilir. Strateji planlaşdırma uzun müddəti əhatə etdiyi üçün hər zaman bazar araşdırmasına, alıcıların zövqünə, devalvasiya, inflasiya, gəlir səviyyəsinin araşdırılmasına, analizləri formalaşdırıb aylıq statistik hesabatların verilməsinə ehtiyac yaranır. Pandemiya zamanı artıq insanların xüsusən sahibkarlıq sahəsi (ticari) olan təhlilini apardıqda bəzilərinin balans hesabatı zərərdə olduğu üçün ləğv edildi bəziləri isə yavaş-yavaş dirçəlməyə davam edir. Pramidada izah edidiyi kimi bizim ilk öncə əlimizdə gərək münasib xammal, resurs olsunki biz 2-ci mərhələdə o resursu qorumaq haqqında fikirləşək. Sığorta sektorunun inkişafı ölkədəki məşğulluq strategiyasından ÜDM-un və ÜMM-un inkişaf səviyyəsindən güclü iqtisadi təməldən, ölkədəki risklərin bölüşdürülməsindən, tələb və təklif tarazlığının hansı nöqtədə kəsişməsi nəticəsində bazar səviyyəsinin təhlil edilməsi dayanır.

2.2 Azərbaycanda sığortanın çatışmazlıqları və həlli yolları

Azərbaycanda sığorta anlayışı yeni olmasada düzgün bilinməyən bir ifadədir. Ölkə üzrə çatışmayan cəhətləri aşağıdakı cədvəldə sıralanmışdır. Ölkəmizin əsas çatışmayan hansı problemləri olduğu aşağıdakı şəkildə qeyd edilibdir. Lakin burada qeyd etmək istərdim ki, ən əsas bizim problemimiz sığorta sahəsinin cəmiyyət arasında tam mənimsənilməməsi və ətraflı maariflənmənin

olmamasıdır. Sığorta sahəsi elə maliyyə xidməti növüdür ki, daima maariflənmə tələb edir. Zaman dövrünü içərisində yeni böhranlar və iqtisadi dirçəlişlərdə olduğu zaman yeni növ məhsul xidmətlərinin yaradılması əsas məsələyə daxil edilir.

Şəkil 11: Ölkəmizdə olan sığorta problemləri



Mənbə: <https://www.stat.gov.az> -Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumat bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Məlumatlandırmanın az olması-Biz sığorta bazarında müşahidə apardıqda görürük ki, sığorta anlayışı tam formalaşmayıb belə ki, bunun əsas səbəbi informasiya bazasının, reklam çarxlarının müasir zamanın tələbləri ilə uzlaşmamasından irəli gəlir Bunu bir nümunə ilə ölkəmizdəki kənd təsərrüfatının sığortası ilə izah edək :

Aqrar sektor ölkədə əhalinin qida tələblərinə olan ehtiyacının qarşılınması, kənd təsərrüfatı məsullarına olan resurların istehsal edilməsi ilə təmin olunması, məşğulluğun artırılmasında və xaricə asılılığın qarşısının alınması ilə bərabər iqtisadiyyatda bir çox strateji rola və funksiyalara malikdir. Başqa cür desək, iqtisadiyyatda kənd təsərrüfatı sektorunun əhəmiyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, ümumi məşğulluq, xarici ticarət və iqtisadiyyatın digər

sahələri arasındakı əlaqələr ilə bağlıdır. Kənd təsərrüfatı, Azərbaycan iqtisadiyyatının ən əhəmiyyətli sektorlarından biridir. Kənd təsərrüfatı sektorunun iqtisadiyyata olan faydası, yəni iqtisadiyyatdakı təməl yeri kənd təsərrüfatı məhsullarının Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM)-da xüsusi çəkisi ilə müəyyənləşdirilir biz misal üçün 100 AZN -lik kənd təsərrüfatı məhsuli istehsal etmişik ümumi daxil məhsulumuz isə 500 AZN-dir, beləliklə

$$\frac{100}{500} \times 100 \% = 20\%$$

Ölkədə istehsal olunan ümumi daxili məhsulun 20%-i məhz kənd təsərrüfatının payına düşür

Ölkənin saldosuna nəzər saldıqda ixrac idxalı üstələyir. Bunun əsas səbəbi ölkəmizin istehsalat üzrə dövr etmə proseslərinin zəif olmasıdır. Təsəvvür edə bilərik ki, bazarda adi marketlərə daxil olduqda belə bunu müşahidə edə bilərik əksər şirkətlərin məhsulları xarici qonşu Türkiyə, Rusiya və Gürcüstandan idxal edilən məhsulalardır. İndi bu sahələrin öz ölkəmizdə istehsalını fikirləşək misal olaraq:Şokalad, tomat pastası, glutensiz çörək, süd məhsulları, çipslər,yeni növdə dietik şirniyyatlar,yoqurtlar və daha nələr istehsal edən fabrikatlarımız var bunlar olduğu müddətdə sığortaya və kənd təsərrüfatına da maraq eyni ilə artır əsas məsələ isə idarəetmə üçün yeni brendləri yaratmaq və onların kiçik sahibkarlıqdan iri sahibkarlığa inkişaf etmələri üçün şərait yaratmaq lazımdır.

Azərbaycanda kənd təsərrüfatının sahəsinin zəif inkişafı bu sahənin ağır olduğu üçün və gəlir səviyyəsinin azlığı bu sahəyə marağı azaldır.Lakin biz əgər smart resursları bu sahəyə tətbiq etsək. Zamanla bu sahəyə əlbəttə ki, maraq yaranacaq hətta kənd təsərrüfatı üzrə turizm sahəsinin belə inkişafına şərait yaradacaq.

Kənd təsərrüfatında biz yaxın qonşu olan Türkiyə cumhriyyətinin sığorta sistemini tətbiq edəcəyik lakin 4-cü sənaye inqilabı dövründə ən vacib olan məsələ elektron şəkildə insan əli dəymədən sırf avto avadanlıqlar ilə bütün əməliyyatları etmək.Xarici mənbələrdən isə məhz kənd təsərrüfatı üzrə məhsuldarlığı artırmaq üçün müəyyən aplikasiyaların idxal edilməsində fermerlər maraqlı

olmalıdır. Ölkəmizdə bu sahələr üzrə beynəlxalq konfransların təşkili həm də bu sahədə marağın daha da artmasına iş proseslərinin daha da təkmilləşməsinə müsbət nəticə verir.

Azərbaycan hökuməti aktiv kənd təsərrüfatının inkişafı üçün müəyyən layihələr və proqramlar Nazirlər Kabineti tərəfindən təsdiq edilmişdir. Buraya kənd təsərrüfatına yararlı olan avadanlıqla idxal olunur və verginin tətbiq olunma amilləri, subsidiyaların mexanizmi (kombaynlar, traktorlar, irriqasiya ləvazimatları), herpisdilər daxildir. Mühüm olan ölkə daxilində kənd infrastrukturunun inkişaf və dəstəklənməsini təşkil etmək, kənd təsərrüfatının idarəetməsinin yaratmaq, hökumətinin hər il üçün təsdiqlənən layihəsini həyata keçirmək və bununla yanaşı daima kiçik və orta sahibkarlığa, fermerlərə dəstək olmaq qarışaya qoyulan əsas məqsədlərdən biridir.

Bəs maraqlıdır ki, nə üçün aqrar sığorta sektoruna olan marağa, ehtiyaca və hətta bura ayrılan böyük vəsaitin həcminə baxmayaraq gözlənilən nəticə əldə edilmir ?

Sığorta sahəsinin həm ağır olması həm də maliyyə sahəsində sərf edilən resursların ticari olaraq ucuz qiymətə topdan bazara verilməsi fermerlər arasında buna olan marağı azaldır. Digər məsələ isə kortəbii şəkildə sığortanın kənd təsərrüfatı üzrə düzgün və dayanıqlı avadanlıqların olmamasıdır. Bir çox yerlərdə torpağın əl ilə şumlanmasını, məhsul yığımının və irriqasiya və.s olan prosedurların hamısının əl ilə edilməsi zəhməti artıraraq az qazancın olmasına hətta bu qədər əməyin nəticəsində daxil bazarda təlabatı ödəyə bilməməyimiz sonra isə xarici bazardan ixracımız təbii ki, bu sahədə mənfi saldo yaratmağa imkanlar yaradır.

Niyə sığorta bazarına və Aqrar sahədə sığortalanmaya inam yoxdur. Çünki sahəvi olaraq sığorta sahəsi təməl strukturun zəif olmasından dolayı aqrar sığorta sahəsi inkişaf etməyib həm də bizim sığorta bazarında sırf bu sahə üzrə peşəkarcasına çalışacaq kadr ehtiyatı olmadığı üçün müəyyən səbəblərdən dolayı aqrar sığorta sahəsinin təkmilləşməsi zaman alacaq digər tərəfdən isə maraqlanma çox zəif gedir . Çünki ucqar kənd təsərrüfatında nə kəndli ailə təsərrüfatının üzvlərinin nə də aqrar sığorta sahəsində çalışan mütəxəssislərin bu sahə üzrə maraqları toqquşmur

bura ən birinci məsələ maraqların yarması üçün maariflənmə verilməlidir. Sonrakı pillələrdə isə aqrar sığortanın ölkə üzrə risk dərəcəsini ölçmək və buna uyğun bir planlaşma etmək lazımdır. Deməli belə nəticəyə gəlmək olar ki, bu sığorta sahəsinin inkişafı hansı sahəyə tətbiq ediləcəyi araşdırılmalı oradakı insan resursu, xammal, kapital və torpağın dəyəri qiymətləndirilməli nəticədə qərar verilməlidir.

Düzgün sığorta məhsullarının tam formalaşmasının əsas səbəbləri isə yuxarıda yazılan kimi məlumat bazasının az olması, sahələrin inkişaf potensialının araşdırılmaması və fərqli sektorları inkişaf etdirməkdə maraq dairəsinin az olması vəziyyəti təhlil etməyə maneə olur.

İşsizlikdən sığorta ödənişi illər keçdikcə müqayisə etdikdə günbəgün əmək müqavilələrinə xitamlar artmaqda davam edir, ölkəmizin restoran şəbəkələri, bank sektoru, sahibkarlıqda mühüm yer tutduğuna görə covid-19 dan sonra demək olar ki, obyektlərinin əksəriyyətinə zərər dəydi. Son zamanlardada ölkəmizdə Əmrah bank, Ata bank, AG banklarının, özəl şirkətlərin, ticarət obyektlərinin bağlanması ilə əmək məcəlləsinin görə müəyyən maddələr ilə xitam verilməsi artıq vətəndaşların əmək haqqının kompensasiya edilməsinə zərurət yaradır bu isə həmin şəxslərin əmək vərdişlərinin passivləşməsinə, əmək fəaliyyətində motivasiyasının azalmasına səbəb olur bunun qarşısının alınması üçün yeni iqtisadi sahələr yaradılmalı, vətəndaşların əmək fəaliyyəti ölçülməli və məhsuldar çalışması üçün həm dövlət həm də işəgötürənlərin maraq nöqtəsində tarazlaşmalıdır.

İşsizlikdən sığorta Azərbaycan Respublikasının qanununa əsaslanaraq ölkədə əmək məcəlləsinin dövlət orqanı və ya hüquqi şəxs ləğv edildikdə Dövlət qulluğu haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununun 33.1.2-ci maddəsinə və ya Azərbaycan Respublikasının Əmək məcəlləsinin 70-ci maddəsinin a bəndinə həyata keçirilir. əsasən işsizlikdən sığortalanma xüsusi ilə də 0,5% ən vacib məcburi icbari ödənişlər sırasına daxildir buradakı əsas fakt isə sırf işdən istənilən anda işdən azad edildikdən sonra sığorta ödənişinin edilməsi deyil qanunvericiliyə uyğun olaraq müəyyən maddələrin əmək məcəlləsinə uyğun təyin edilməsi və vətəndaşın son 12 və ya 24 ay ərzində qazandığı əmək haqqı əsas götürülməklə təyin edilməsidir. Bu maddələrə əmək məcəlləsinə uyğun olaraq 70-ci maddənin a və b bəndi, 68-ci

maddənin 2-ci hissəsinin b bəndi və 146-cı maddə yəni qarşısıalınmaz hər hansısa hadisə baş verdikdə bu zaman işçilərin məzuniyyətə buraxılması zamanı ödənilən sığorta ödənişi və 33-cü maddələrinin yəni dövlət qulluğunda çalışan işçilərin tutduğu ştatların ləğv edilməsi işçilərin ixtisarı və ya dövlət qulluğunun ləğv edilməsi əsasında sığorta ödənişləri təyin edilir bu hal hazırda ölkəmizdə minimum 250 AZN və maksimum 707,40 AZN statistika Komitəsi tərəfindən ölkəmizdə təsdiq edilmişdir.

Ölkə vətəndaşlarını bu sığorta növünə marağı yaratmamaq lazımdır mümkün qədər işəgötürənlərlə daima əlaqədə olmaq istedadlı kadrların boş dayanma rejiminin qarşısını almaq lazımdır sadəcə məşğulluq strategiyasın deyil həm də hər kəsin maraq dairəsində olmalıdır belə olduğu təqdirdə ölkə üzrə fəaliyyət istiqamətləri, təkliflər artmaqda olacaq və yeni modern bazar infrastrukturunun formalaşmasına güclü bazar iqtisadiyyatı ilə nəticələnəcəkdir.

Kənd təsərrüfatının sığortası zənnimcə inkişaf etdirilməsi üçün ən xüsusi hissəni təşkil etməlidir. Çünki kənd təsərrüfatı sahəsi ölkəmizin inkişafı üçün xüsusi yerə sahibdir hətta biz düzgün infrasturukturu qurduğumuz zaman kənd təsərrüfatı üzrə gastronomik turizmlər təşkil edə xarici turistləri ölkəmizə cəlb edə bilərik danılmaz faktdır ki, bizim 2021-ci Statistika komitəsinin verdiyi məlumata əsaslanaraq əhalinin cəmi 53% şəhərlərdə yaşayır yerdə qalan cəmi 36 %-i isə cəmi kənd təsərrüfatında işləyən əhalinin payına düşürki, lakin zaman keçdikcə onlar da kənd təsərrüfatı sahəsinin ağır və az qazanlı olması ilə bağlı aqrar sektorun inkişafını ləngidir lakin bu sahənin inkişafı üçün biz dünya üzrə kənd təsərrüfatı inkişaf etmiş ölkələrin praktikasını Azərbaycanda tətbiq edə bilərik yaxın Türkiyə cumhuriyyətinidə bildiyimiz kimi kənd təsərrüfatı çox yaxşı inkişaf edib bunun əsas səbəbi Tarsim sığortasının orada tətbiqi ilə bağlıdır. Tarsim sisteminin tətbiqi nəticəsində ölkənin maliyyələşməsinin aparılması gəlirlərin və xərclərin uçotunun tarazlaşdırılması, İFRS standartlarına dayanaraq

- ❖ Balans hesabatının qurulması yəni maliyyə vəziyyəti haqqındakı hesabatı qurmaq
- ❖ Pul vəsaitinin hərəkəti haqqındakı hesabat
- ❖ Maliyyə nəticəsi gəlir və xərclərin uçotunu hesablamaq

Bu amillərin hər biri Tarsim sistemində tətbiq edilməyə başladı və bütün kənd təsərrüfatı sahəsində çalışan işçi qüvvəsi, investorlar artıq maya dəyərinin nə olduğu necə hesablandığı necə gəlirin qazanılması üzrə təlimlər keçirildi və bugünkü gündə də Tarsim sistemi həm Türkiyədə tətbiq olunur həm də çox uğurlu nəticələr verir.

Kənd təsərrüfatının sığortasının digər tərəfdən baxdıqda isə əsas olan sadəcə sistemin tətbiq edilməsi deyil eyni zamanda motorun tam sağlam şəkildə işləməsi üçün sistem ilə yanaşı orada olan bütün aktivlərin dövr etməsi fasilə verilmədən ardıcıl olaraq periodik şəkildə dövrəni məhz həm uğurlu bir sistemin qurulduğunu həmdə kənd təsərrüfatı sahəsinin gəlirli sahəyə çevrildiyini göstərə bilən sistem Azərbaycanda da tətbiq edilməlidir. Digər tərəfdən isə Türkiyədə sistemə daxil ola sığorta hovuzları var və bu hovuzlar vasitəsi fermerlər, kiçik sahibkarlar digər kənd təsərrüfatına daxil olan biznes üzvləri müəyyən haqq müqabilində sığortalanma edirləri və sonradan bu davamlı təşkil olunduğu üçün sadəcə sığorta bazarında yığılı təşkil edir. Bu yığılı həmin sahibkarın nə zaman hansı hadisənin baş verməsindən asılı olaraq həmin sahibkarın özünə qayıdır. İqtisadi dövrə zamanı ölkənin ən ali məsələsi vətəndaşların həyat şəraitinin yaxşılaşdırmaqdan ibarətdir. Buna görə də bir sahibkar əgər hansısa sahəyə getməkdə tərəddüd edirsə və ya sahibkarlıq maraqlarının qorunmasına xitab etmərsə sığorta sahəsi inkişafı geriyyə addımlayacaqdır. Bizim qarşıya qoyduğumuz əsas hədəf nöqtəsi isə kənd təsərrüfatı üzrə sığortalanmanın hissələr ayrılması və bunn üzərində hesablanma prosesini tətbiq etməkdir buraya daxil olacaq:

1. Aqrar sahədə kənd təsərrüfatının bitkiçilik üzrə məhsulların sığortalanmasının həyata keçirmək

2. Aqrar sahədə kənd təsərrüfatının mal-qarasının sığortalanmasını həyata keçirmək

3. Aqrar sahədə olan digər növ heyvandarlıq və bitkiçilik üzrə sığortalanmasını həyata keçirmək

Sığorta elə sahədir ki, biz sadəcə ona müəyyən haqq ödəmirik bununla yanaşı sığorta hadisəsi zamanı olduqda fermerlərin, sahibkarların xərclərinin müəyyən hissəsini ötürə bilərik. Ölkəmizdəki Aqrar sahədə problemlə olan hissə isə sığortalanmaya marağın çox zəif olmasıdır bunun ən yaxşı çıxış yolu isə analizin aparılması, tələbatın

müəyyənləşdirilməsi ondan sonra isə investisiya yatırmaqdır. Burada risklərin və zərərin yoxlanması və qiymətləndirilməsi prosesini kənd təsərrüfatı mühəndisləri və baytarlardan ibarət kənd təsərrüfatı eksperimentləri tərəfindən həyata keçirilir. Hansı ki, bu eksperimentlər heç bir istehsalçıya haqsızlıq olmaması üçün zərərin müəyyənləşdirilməsi qabiliyyətinə malik olan səlahiyyətli, ədalətli, qərəzsiz və müstəqil formada fəaliyyət göstərən şəxslərdir. Qiymətləndirmə prosedurları həyata keçirilərkən onlar riskləri və zərərləri dəqiq müəyyən etməklə, sığorta haqqlarının dəyərini və sığortaçılar tərəfindən zərərlərin ödənilməsi üçün sığorta ödənişlərinin miqdarını düzgün müəyyənləşdirilməsinə vasitəçilik edirlər.

Kənd təsərrüfatında hər bir ölkədə sığortalanma sahələri fərqlidir sığortaya daxil olan bitkilər, heyvanlar və.s kimi onların növü, məhsuldarlıq səviyyəsi, qiyməti, qulluq xərcləri də bu sığortalanma sistemində daxildir. Sığortalanma zamanı hansı məhsullar sığortalanacaqsa onun üzərində keyfiyyətin ölçülməsi aparılır sonra isə anderrayterlər tərəfindən risklərin ölçülməsi əmsalına daxil edilir.

2.3 Qlobal sığorta ilə Azərbaycanın sığorta istiqamətlərinin müqayisəsi

Azərbaycanda sabit iqtisadi artımın, maliyyə sabitliyinin və həmçinin sahibkarlıq mühitinin aktiv statusunun formalaşması dövlət iqtisadiyyatı üçün əsas prioritetlərdən olmuşdur. Bu sahədə önəmli nailiyyətlər əldə etmək üçün təbii resurslardan asılılığın zəifləməsi və qeyri-neft sahəsinin təkmilləşdirilməsi ilə bərabər, elmtutumlu istehsal sektorlarına, innovasiyalara diqqətin artırılması nəzərdə tutulmuşdur. İlk növbədə vacib məqsədlərdən biri də strateji məhsullar baxımından tam təminatı ilə xarakterizə olunan tərəqqi mərhələsinə nail olmaqdır. Qlobal sığortanın nə demək olduğunu gəlin birlikdə müzakirə etməyə başlayaq sual yaranır ki,

Qlobal sığorta nədir? və bu sığortanın biznesdə rolu necədir?

Qlobal sığorta növü ABŞ-da daha çox yayılıb belə ki, nəhəng biznes şəbəkələri dünyanın dörd bir tərəfinə yayılıb bu sığorta növü ilə rahat şəkildə əməliyyatlarını həyata keçirə bilirlər. Qlobal sığorta siyasəti şirkətlərin

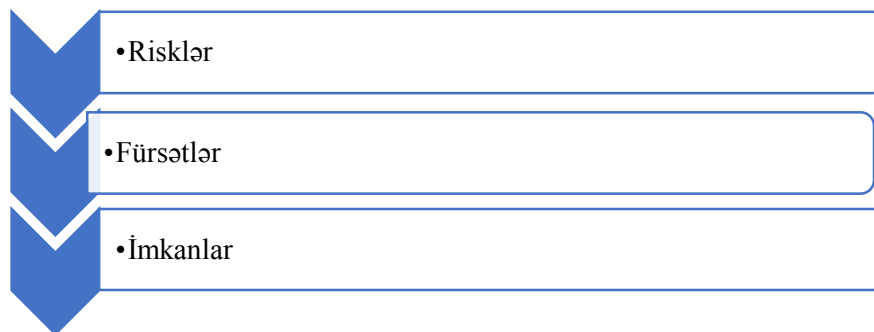
əməliyyatlarını, qarşıya qoyulan uzunmüddəti planlaşmaları, kiber hücumları, əmlaka deyilən zərəri və digər qarşısı alınmaz hadisələr nəticəsində baş verən təhlükələrdə dəstəkləyir. Bu sığorta şirkətləri də eyni zamanda lokal şəbəkə qurub qarşılıqlı çalışırlar. Bu sahənin real tərəfinə baxanda təsəvvür edirsiniz ki, siz başqa ölkədə biznes qurursuz və öz ölkəniz bunu dəstəkləyir təbii ki, bu həm ümumi milli məhsulun artımına, ölkənin tanınmasına, ən əsası isə orada bu fəaliyyəti həyata keçirmək üçün rahat şəkildə dəstəyin olması elə də asan məsələ deyil. Bu sığorta hal-hazırda ABŞ-da tətbiq edilib və işləyir. The Hartford şirkəti buna bir misaldır ki, bu şirkət Amerikada xidmət göstərir deməli qlobal sığortalanmanı edən şirkətlərin şəbəkəsi sadəcə yerli şirkətlər qurmaqda maraqlı olanlar üçün çox millətli ofislər açaraq xidmət göstərirlər. Bu siyasət yerli bazarlar üzərində qurulub və daxilə yenə də milli valyuta növü spesifik olaraq dəstəklənir. Nəticə olaraq bu sığorta növü həm xarici investorların bazara cəlb edilməsinə yeni iş yerlərinin açılmasına başqa sahələrin ölkə bazarında inkişaf etməsinə, yeni mədəniyyətlərin öyrənilməsinə, yerli sığorta şirkətləri ilə birlikdə işlədikləri üçün tam müstəqil olmamasına bu da təbii ki, lokal şəbəkə daxilində bazarların sıradan çıxmaması üçün çox əhəmiyyətlidir ki, bunları ümumiləşdirdikdə bazarda dirçəlməni yaratmaq üçün qloballaşma yaradıb bazarda məşğulluğun artmasında ən ali nöqtələrdən biridir. Digər bir tərəfdən isə bir biznes sahəsi qurmaq üçün hər kəsi düşündürən ilk şey iflas ola bilər əgər olarsa sonrası necə olacaq sualı yaranır məhz qlobal sığorta növü hansı ölkədə tətbiq olunursa həmin şirkət anderrayting ilə riski ölçdükdən sonra riskin müəyyən hissəsinin sahibkar və ya investor ilə ötürülməsi dayanır ki, ən stresli hissə olan qarışıq sualların investorun beynindən silinməsinə və ona ayrılacağı vaxtı daha çox məhsuldarlığın artmasına şübhəsiz şərait yaradır (Randall S., 1998)

Belə bir şəraitdə sığorta sahəsinin inkişafı üçün verilən önəm və ayrılan vəsaitlərin istənilən nəticəsi üçün ilk öncə baza sistemlərin yəni bu sahənin strategiyasını formalaşdırmalı və inkişaf etdirilməlidir. Sığorta sahəsinin Avropa ölkələri kimi genişlənməsinin tələb və təklif tarazlığından irəli gəlir hər zaman açıq bazar iqtisadiyyatında dəyişikliklər, böhranlar və risklər mövcuddur əsas məsələ isə riskləri fürsətlərə çevirib baş verən dəyişiklikləri avantaj etməkdir çünki hər bir risk

özü ilə görünməz fürsətlərdə gətirir bu fürsətlər isə yeni imkanların, təkliflərin formalaşması deməkdir.

Ölkəmizdə ən əsas məsələdən biridə biznesə başlamazdan öncə burada olan bütün nəzəri və praktiki amillərin ölçülməsi dayanır. Misal üçün biz sığorta şirkəti açdığımız zaman məsələ burasındadır ki, bizim texnoloji üstünlüyümüz yüksək olmalıdır. Bu sahə həm maliyyə xidməti olduğu üçün həm də ki, artıq Covid-19 pandemiyasından sonra demək olar ki, cəmiyyətin əksəriyyəti online trade (online ticarətə daha maraqlıdır). Ona görə də hər bir sahibkar fikirləşməlidir ki, qarşısı alınmaz risklər bizim ya fürsətlərimiz olacaq yada qasırgamız. Bu təbii ki, sadəcə bizim qərar vermə qabiliyyətimizdən və fürsətləri necə imkanlara çevirə biləcəyimizdən asılı olan məsələdir bugünkü gündə əgər bizim texnoloji amillərimiz güclü olarsa deməli fürsətlərə çevrilmə imkanlarında bir o qədər yüksək olacaqdır.

Şəkil 12: Biznesdə vacib olan 3 əsas faktor



Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Beləliklə, bizə lazım olan əsas amil sığorta müəssisələrinin xərclərinin həcmnin modelləşdirilməsi və gələcək dövrdə həmin xərclərin düzgün idarə olunmasının mümkün həll yollarının axtarılıb tapılmasıdır. Digər tərəfdən isə bu iqtisadi faktorları aşağıdakı korrelyasiya metodu ilə nümunə baxaq:

Korrelyasiya modeli hesablarının nəticələri cədvəldə təqdim olunur. Tənliyimiz mürəkkəb olduğu üçün Exceldə həll edəcəyik.

<i>reqressiya statistikas</i>	
çoxluq R	0,9997 07
R-kvadrat	0,9994 14
normallaşdırılmış R-kvadrat	0,9988 27
standart səhvlər	0,3591 38
müşahidələrin sayı	5

dispersiya analizi					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>F-in qiyməti</i>
Reqressiya	2	439,69	219,84 5	1704,4 86	0,0005 86
Qalıq	2	0,2579 6	0,1289 8		
cəm	4	439,94 8			

	<i>əmsallar</i>	standart t səhvlər	<i>t- statisti ka</i>	<i>P- qiymət i</i>	<i>aşağı 95%</i>	<i>yuxarı 95%</i>	<i>aşağı 95,0 %</i>	<i>yuxarı 95,0%</i>
Y-kəsişmə	- 0,9420 1	2,4608 46	- 0,3828	0,7387 23	- 11,530 2	9,6461 57	- 11,53 02	9,6461 57
Xərclər	1,2727 71	0,3522 52	3,6132 39	0,0687 87	- 0,2428 5	2,7883 88	- 0,242 85	2,7883 88
Sair xərclər	1,0954 39	0,1146 57	9,5540 66	0,0107 78	0,6021 1	1,5887 67	0,602 11	1,5887 67

Bu halda $R^2 = 0,999414$ müəyyənlik əmsalı ümumi xərclərin göstəricisidir. O göstərir ki, təhlil edilən funksiyanın 99.94 % dəyişməsi, müstəqil dəyişənlərin təsiri ilə bağlıdır. Qeyd edilməyən amillərin təsiri 0,06 % - dir. Aparılmış əməliyyatlar nəticəsində aşağıdakı əmsallar tapılmışdır:

$$a_0 = -0,94201; a_1 = 1,272771; a_2 = 1,095439.$$

Axtarılan reqressiya tənliyi aşağıdakı kimi olacaq:

$$Y = -0,94201 + 1,272771x_1 + 1,095439x_2$$

-0,94201-ə bərabər müstəqil üzv olan a_0 – formal olaraq bütün amillərin sıfır dəyərində insan kapitalı xərclərinin səviyyəsini ifadə edir. Buna görə a_0 optimal proqnozlar əldə etmək üçün lazım olan köməkçi bir miqdar nəzərə alınmalıdır. Əgər a_1 , a_2 , korrelyasiya əmsalları dəyişənlərin hər birinin sığorta müəssisələrinin xərclərinin ümumi həcmnin təsviri dərəcəsini xarakterizə edərsə, bütün digər müstəqil dəyişənlər dəyişməz qalır.

III FƏSİL. AZƏRBAYCAN VƏ QLOBAL SİĞORTA TƏCRÜBƏSİNİN BİZNES ANALİTİKASI ÜZRƏ APARILMASI VƏ BİZNES PLANIN TƏŞKİL EDİLMƏSİ

3.1 Boston Matrisi və Swot analizinin Sığotada aparılması

Boston analizinin (Boston analytics) əsası 2004-cü ildə Bostonda qoyulmuşdur. Bu analiz müştərilərə geniş imkanlar təqdim edirdilər. Analizə daxil olan xidmətlər

Cədvəl 1: Boston analizinə daxil olan anlayışlar

1.Dijital Transformasiya,
2.İnvestisiya strategiyası
3.Bazara giriş və inkişafına dəstək
4.Həm İnvestisiyanın həm də bazarda inkişafına dəstək

Mənbə: <http://www.bostonanalytics.com/digital-transformation.php>

BA-nın bilik təməli ən fundamental bilik hesab edilir. Sanki hər şeyi sıfırdan qurmaq üçün lazım olan şərtlər nələdirsə bu analizə daxildir. Bu nöqtələri üzərində qısaca olaraq gəlin izah aparaq.

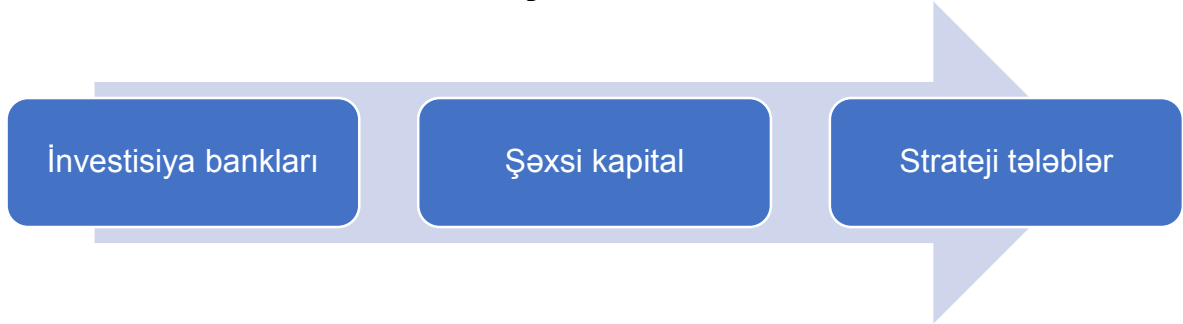
Dijital transformasiya.

Texnologiyanın müxtəlifliliyi, mədəniyyət və iqtisadi innovasiyalar, biznes modelləri, sənaye strukturları bununla qarşılıqlı texnologiya distribsiyaların İnternet of things ağıllı texnologiyalar istənilən şirkətin dizaynının təşkil etməkdə, insanlara çatdırılma xidmətlərinin tam sürətli şəkildə həyata keçirilməsinə kömək edir. Hər şeyin pik nöqtəsində şirkət və prosesləri edəcək xidməti qollar dayanır o qollar isə fokuslanmağa xidmət edir.

Investisiya Strategiyası.

Investisiya qərarlarının formalaşması indiki dövrün bazar, sənaye inqilabı və şirkətin analizindən asılıdır. Müşahidələr göstərir ki, ən çox investisiya banklara, restoranlara, sığorta şirkətlərinə və buna bənzər digər sahələrə investisiya edilir. Dünya bazarında Aything-as-a-Service istənilən hər şey xidmət sahəsidir yəni nə olursa olsun bazara nə çıxarılsa çıxarılsın son olaraq bunlar müştərilərə satılır və bununla başında xidmət sahəsi dayanır. Boston analitikasında investisiya strategiyasının strategiya xəritəsi var onun xəritəsi ilə aşağıda tanış olaq.

Şəkil 13: Ümumi start-up zamanı lazım olan əsas resurslar



Mənbə: müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Ümumi olaraq zaman kəsiyində start-upa başlayanda bu proseslər 3 istiqamətə ayrılır bunlar əsasən investisiya ayrılan vəsaitlər, xüsusi hesabla bağlı olan və sonuncu stratejik tələbələrin həmin sahədə yer alması ilə bağlı olaraq bu hesablar sığorta sahəsinin qurulmasında birinci addımdır. Digər məsələ isə strateji olaraq davamlı proseslərin izlənməsidir. Zaman kəsiyində kapitalın qoyuluşu yəni passivlər sonradan aktivlərə çevrilməsinə gəlirlərin qazanılmasına zəmin yaradır. Resursların formalaşması ilk zaman qoyduğumuz kapitaldan çox asılıdır. Bu kapital mühasibatlıqda nizamnamə kapitalı adlanır. Həmin kapital əsasında resursların davamlı artmasına, görüləcək işlərin maya dəyərinə, gələcəkdə baş verə biləcək proqnozlaşmaya öz təsirini verir. Şübhəsiz ki, sığortada ən ali təməldən biri düzgün şəkildə auditoriyaya fikrin izah edilməsidir. Dünya ölkələrində 100-dən çox sığorta növü mövcuddur. İstər Plippin olsun, istər Tailand və ya digər ölkələr hər birinin yaşayış standartlarına uyğun sığorta növləri var misal olaraq deyə bilərik ki,

Malaziyada səyyar satışla məşğul olan şəxslərin və çatdırılma xidmətləri edən kuryerlərin piştaxtası və velosipedləri günlük olaraq sığorta olunur. Bu öz növbəsində hər bir şəxsin gəlirinə uyğun sığortalanmanın edilməsi sonradan baş verə biləcək hadisələrdən qorunulması üçün vacibdir. Bunuda qeyd edək ki, bu həm məşğulluğun artmasında həm də ki, gələcəkdə ola biləcək ani risklər olduğu zaman həmin şəxslərdə psixoloji şok yaratmamaq üçün düzgün seçimdir. İndi isə investisiyaların və stratejik planların aşağıdakı cədvəldə tam şəkildə izahlarına nəzər yetirək:

Cədvəl 2: Boston analizinə daxil olan stratejik planlar

Sənaye xəritəsi		Trend analiz (Monitorinqlər və trend analizin ekosistemi)	İmkanların ölçülməsi xəritəsi
İdealar generasiyası		İnvestisiya tezisi	Strateji böhran xəritəsi
Örtük		Resursların alınma məqaviləsi	Qeyri-orjinal strategiya
		Dəyər yaradımı	Bazar hədəfi və idenfikasiyası

Mənbə: <http://www.bostonanalytics.com/market-entry-and-growth.php>

Bazara giriş və inkişafın əsasə təməllərinə gəlin nəzər yetirək.

Bu güncü dövrdə Qərbi avropa və ABŞ sahibkarları bazara həm daxil olmaq həm də inkişaf etmək üçün imkanlar olsada gərək durmadan çalışsan bu bir tərəfdən rəqabətliyin güclənməsidir digər tərəfdən isə bazarda məşğulluğun artmasıdır. Test edilmiş təcrübələr göstərir ki, Boston analitikasından 1-ci səviyyədə istifadə edilir.

1. Bazarın priotetlilik imkanları – müştəri strategiyası, qiymət tətbiqi, rəqabət səviyyəsi, inkişaf imkanları

2. Bazarın aktivliyi-yeni bazar imkanlarının mövcudluğu, risklərin və imkanların ölçülməsi

3. Bençmarketing/rəqiblərin analizi-bençmarketing analizi bazarda paya sahib olan investorların yeni ideyaların sitimullaşmasına, pivot cədvəllərin qurulmasına, gözləntilərin və daima analizinin aparılmasına və yeni –yeni investisiyaların qurulmasında əsas dayaq rolunu oynayır.

4. Bazara giriş və genişlənmə strategiyası-inkişaf strategiyası, qiymət və məhsulun maya dəyərinin hesablanması gəlir və xərclərin balanslaşması, brend portfoliyası, satışın dinamikası, müştəri segmentasiyası və.s kimi araşdırmanın aparılması qərarların verilməsidir.

5. Ortaqlıq idenfikasiyası və prioritetlilik distributasiya üçün ən mükəmməl profil fərqli şirkətlər ilə müqavilənin bağlanmasıdır. Misal üçün bizim bir pizza dükanımız ola bilər lakin biz istənilən şirkətlərlə qarşılıqlı müqavilə bağlaya bilərik

Cədvəl 3 : Marketingin inkişafı üçün nümunənin verilməsi

A –Pizza Mağazasıdır

B- Geyim dükanıdır

A-nın direktoru ,B-nin direktoruna rəsmi məktubla müraciət edib bildirir ki, gələn bir müqavilə bağlayaq bizə gələn müştərilərə deyək ki, buyurun bu sizin bonus kartınızdır siz həm bizim dükandan həm də b-nin geyim dükanından endirimli məhsullar əldə edə bilərsiniz bu ortaqlıq həm şirkətin tanınmağına, həm müştərilərin artmasına, həm də bazarda genişlənmək üçün ən möhtəşəm üsuldur.

Mənbə: müəllifin bazar rəqabətini nəzərə alaraq öz şəxsi ideyası

Boston matrisi bazarda baş verən hadisələrin ölçülməsi üçün istifadə edilir. Əsas olaraq iki nöqtəyə toxunulur:

1. Bazarın bölüşdürülməsi

2. Bazarın inkişafı

Boston analizinin istiqamətləndirilməsi isə aşağıda göstərilən cədvəl əsasında aparılır.

Cədvəl 4: Boston analizinin 4 əsas faktoru

Stars (ulduzlar)	Question marks (sual işarəsi)
Cash cows (nağd inəklər)	Dogs (itlər)

Mənbə: <http://www.bostonanalytics.com/our-story.php>

Bazarda daha sürətli böyümək üçün Boston analizində Stars ulduzlardan istifadə edilir. Diqqət yetirilməli nöqtə isə bazarda sığorta məhsulları satışa çıxdığı andan etibarən daima yeni məhsulların formalaşmasını həyata keçirmək lazımdır. Araşdırmalara görə bazara məhsul ilk dəfə daxil olduqda satış yüksəlir müştərilərin həmin məhsulları almaqda maraqlı olur sonra həmin pik nöqtə nisbətən aşağı düşməyə başlayır artıq həmin nöqtədə gərək yeni məhsullar, kompaniyalar həyata keçirərsən ki, müştərilər daima maraqlı olsun starsda da əsas məqsəd satışın aşağı düşməsinin qarşısını almaq və şirkətin brendliyini qorumaqdan ibarətdir.

Question marks (sual işarələri)-İdarəetmə demək olar ki, bazarın ən çətin tərəflərdən biridir. Bugün baş verən ani böhranlar, iqtisadi problemlər, gözləntilər, müştərilərin düşüncələri, covid-19 və digər qarşısı alınmaz hadisələr, böhranlar, xəstəliklər bizim bazarda necə hərəkət edəcəyimizdən çox asılıdır. Bu proseslər idarəetmədə verilən proqnoz göstəricilərindən və hadisə baş verdiyi zaman hərəkət ediləcək situasiyalardan asılıdır. Sual işarələrinə problemlə uşaq kimi də adlandırılır. Terminin əsas izahı çətin vəziyyətdə qaldıqda nə edə biləcəyimizi qısa zamanda etməkdən ibarətdir.

Cash cow – bazarın inkişaf göstəricisidir. Süd verən inəklər bir növ bərəkət anlamını verdiyi üçün istənilən zaman kəsiyində gəlirin ölçülməsində istifadə edilir. Əsas məqsəd isə gəlirli məhsulların hansılar olduğunu ölçməkdən ibarət və bazardakı tarazlığı düzgün çəkildə formalaşdırmaqdır.

Dogs (itlər)-burada həm bazarın bölüşdürülməsi həm də bazarın inkişafı zəif olduğunu ifadə edir. Yəni həm xərclər böyükdür həm də gəlirlər aşağıdır. Bu nöqtədə olan zaman əsas 4 prinsip nöqtəsi özünü göstərir

1. Müştəri hansı növdə məhsullara pulunu xərcləyir
2. Hansı məhsulları saxlamaq lazımdır
3. Bazardakı bölüşdürməni genişləndirməkdən ötrü potensiyadan necə istifadə etmək mümkündür
4. Bazardakı inkişafı formalaşdırmaq üçün hansı növ potensialdan istifadə etmək lazımdır.

Boston matrisi inkişaf et və bölüş prinsipinə dayanır. Dünya ölkələrində Münhen Re, Scor, Chine insurance, Met life kimi sığorta və təkrar sığorta şirkətləri bazardakı öz brend məhsullarını qorumaq üçün bu matrisdən istifadə edilir.

Swot analizinin sığotada aparılması.

Swot analizi və ya matrisi şirkətin strateji planlaşmasıdır. Uzun müddət analizin aparılması və təhlillər əsasında bir planlaşmanın aparılması bu analizdə dayanır. Bunu aşağıdakı cədvələ nəzər yetirək:

Cədvəl 5: Svot təhlilində güclü, zəif , tərəflər imkanlar və təhlükələr

Strengths (güclü tərəflər) Nəyi yaxşı edə bilərik Fərqli nə edə bilərik Güclü tərəflərimizi müştərilər hansıları görür	Weaknesses (zəif tərəflər) Nəyi təkmilləşdirə bilərik Digərlərindən zəif olan xüsusiyyətlərdən nələr var Digərləri zəif xüsusiyyətləri nədə görür
(Opportunities) İmkanlar Hansı imkanlr bizə açıqdır Hansı trendər üstün cəhət olardı Güclü tərəfləri imkanlara necə çevirə bilərik	(Threats) Təhlükələr Hansı təhlükələr bizə zərər vura bilər Hansı müqayisələri edə bilərik Hansı zəif nöqtələri və təhlükələr narahat edicidir

Mənbə: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>

Bu dörd faktor birləşərək (güclü tərəf, zəif tərəf, imkanlar və təhlükələr) özündə brainstorming (beyin qasırgası) yaradır. Bu faktorlar həm xarici həm də daxili qüvvələrdən asılıdır.

Güclü tərəflər:

İlk öncə özümüdə sual verməklə başlayaq nəyi biz daha yaxşı edə bilərik, analizini aparırıq və şirkətimiz üçün USP (Uniqe selling proposition) nadir satış yönünü irəli çəkirik.

Zəif tərəflər:

Ədalətli olaq Swot analizinin əsas özəyi də bundan formalaşır xoşagəlməyən həqiqətləri nəzərdən keçirmək və onlar üzərində çalışmaqdır.

İmkanlar:

Hansı bazar trendləri qüvvədədir, sosial nümunələr, cəmiyyətin profili, həyat tərzı və digər maraqlı imkanlar nələrdir bunları dəyərləndirmək lazımdır. Bütün bu strukturu, vəziyyəti müşahidə etdikdə ortaya yeni idealar, təkliflər formalaşır bu isə imkanların reallaşmasına şərait yaradır.

Təhlükələr

Maneələrlə daima üzləşirik bu bazarda satışın reallaşmasında daha da sərt şəkildə özünü göstərir. Texnologiyanın inkişafı bir tərəfdən təhlükəlidir çünki bazarda bir şirkət onu həyata keçirirsə digər rəqib şirkətlərin satışına təsir edəcək lakin bu növ texnologiyayı tətbiq edən bir şirkət üçün isə bu əsl onun üçün bir imkandır. O, şirkət texnologiyanın sahəsində satışını və daha da brendləşməsinə kömək edəcək.

Swot təhlili zamanı ən vacib hissə isə 2 yerə ayrılır: daxili və xarici faktorlara

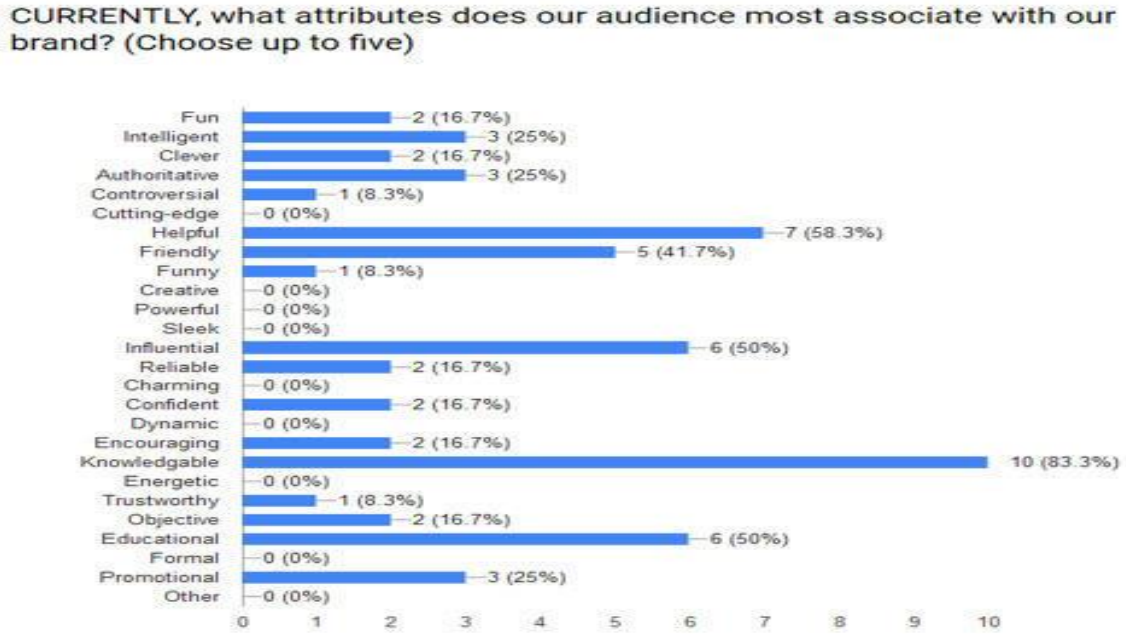


Dünya üzrə Svot analizi ən çox hansı sahələrin cəmiyyətdə tutduğu yer üzrə % -lik sahəsi üzrə statistikasına baxaq:

Alıcıların zövqləri müxtəlifdir necə ki, bir müştəri həkim digəri isə müəllimədir onların iş sahəsindən daha fəqli gözləntiləri var bu özünü sığortalanmada da göstərir təssəvvür edirsiniz ki, sığorta sahəsində sığortalanma tək cə məhsul və xidmətlərə görə deyil eyni zamanda da müştərilərin çalışdığı mühitə görə də qərar verilir. Aydın məsələdir ki, gəlir hissəsinə keçdikdə görə bilərik ki, yenə də hər bir müştəri öz qazandığı gəlirə uyğun sığortalanmanı edə bilər buna misal olaraq deyə bilərik ki, lüks maşının və adi maşınların sığortalanması arasında ciddi fərqlər olduğu üçün bu özünü məhz məhsulların dəyərində də özünü göstərir. Digər hal isə bir qədər tələb və təklifdən uzaq olacaq bu isə adderrayterlərin riski insanların üzərində ölçməsindən ibarətdir yəni ki, müştərinin sağlamlığı, yaşı, qidalanması və.s

kimi hallar risk faktorlarına daxil edilərək sığorta haqqı çıxarılır. Aşağıdakı isə əsas dünya praktikasına əsaslanaraq müştərilərin hansı sahəyə sığorta yatırmasında maraqlı olmasını 5 amil ilə şəkil 15- də izah edilmişdir.

Şəkil 14: kütləsinə təsir edən əsas 5 amil



Mənbə: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>,
Wordstream (22 aprel 2020)

Bazarda rəqabət qabiliyyətliliyi həm daxili həm də xarici faktorla ilə ölçülür. Bu faktorlara daxil olan hallar əsasən texnoloji, sosial amillərin təsiri və siyasi olaraq xarici faktorların siyahısındadır. Digər faktorlar daxili yəni sahibkarlar, müştərilər, sənayenin spesifik xüsusiyyətləri, kommunikasiyalar, struktur mədəniyyəti, ticarət ittifaqları, təchizatçılar əsas yer alır. İstənilən amillər olursa olsun hər biri ədalətli bazar istisadiyyatının təməllərindən asılıdır. Doğru olan hallar isə hər zaman praktikada baş verən nəticələrə əsaslanır. Əsas olan sadəcə daxili və xarici faktorların analizini aparmaq deyil bu faktorları həm də ümumi bir araya yığaraq sistemləşməni aparmaqda lazımdır çünki sığorta sahəsində digər daxili faktorlardan biri informasiya texnologiyasının zəifliyidir ki, xarici imkanlara çıxış yolunu tapmaq bir o qədər çətin olur. Normal olaraq informasiya texnologiyaları sahəsində yeni cərəyan kəşf edilməli və innovativ situasiyalar nəzərə alınmalıdır Ümumi analizlərin aparılmasında şəkil 16-da göstərilən nümunəyə nəzər yetirək.

Şəkil 15: Bazarda rəqabət qabiliyyəti olması üçün baş verən xarici faktorlar



Mənbə: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>, Wordstream
(22 aprel 2020)

Gəlin bəzi suallara nəzər yetirək:

Bazardakı situasiya üzrə satışlar necə həyata keçirilir, marketinq planlaşması necə olur və. s kimi sığorta əslində insanlar tərəfindən bahalı məhsullarını qorumaq üçün müəyyən ödənişin edilməsidir. Siz real olaraq ideyalarınızı, sözlərinizi müştəriyə satırsınız əsas məsələ burada insanlar üçün vacib olan sahələri seçib onun üzərindən satış etmək və hadisə baş verdikdə isə bu prosesi faktlar ilə həll etmək misal üçün: South Carolina Business Insurance –Cənubi Karolinada biznes sığortası bu tətbiqi etmiş və uğurlu olmuşdur. Bazarda satışın yüksəlməsi üçün gərək bəzi nüanslara diqqət yetirəsən bunları sizə tam şəkildə açıqlayırıq.

1. Rəsmi geyinmək- bu geyim stili insanların sizi daha ciddiyyə almasına şərait yaradır təsəvvür edin ki, siz günlük futbol köynəyi və yay ayaqqabısı ilə hər hansı müştəriyə online satış etmək üçün səyyar satıcı kimi evlərə yollanırsınız bu təbii ki, müştərilərin ilk düşüncəsində ciddiyyətlik kənar qalacaqdır buna görə də geyim şəkli ən birinci gələn sıralardandır.
2. Gənc olan ifadələrdən bunu ingilislər “Young Slang ” deyirlər kimi ifadələri işlətməməyə çalışın qısa və xalis tam aydın ifadələrdən istifadə etmək

lazımdır cümlə şəkli qurularkən yəni belə, əminsiz, düzdür kimi ifadələr nitq zamanı tam şəkildə xaric edilməlidir.

3. Prospektləri müştəridən öyrənmək üçün 1-ci diqqət mərkəzi kimlədirsə onlardan suallar verməyə çalışın məs: müştərilərin uşaqları varsa və ya nəvələri varsa onlardan suallar verin bu sizin müştərinin nə istədiyini daha aydın bilməyə və hədəf nöqtənizin onlar olacağına qərar verə biləcəksiniz.
4. Bazarı daima araşdırmada saxlayın müştərilər nə sualları verir, onlara nə maraqlıdır, nə istəyirlər siyahıya yazıb və bunu müntəzəm rutin halına gətirmək lazımdır
5. Səsinizi telefonunuza yazın və qulaq asın
 - a. Siz ağıllı səslənirsiniz
 - b. Siz inamlı səslənirsiniz
6. Az danışın lakin çox qulaq asın adətən gənc və təcrübəsiz satış təmsilçiləri həmişə nə varsa biliklərində olanları bir nəfəsə deyirlər bu təbii ki, qarşı tərəfin ehtiyaclarına yaramaya bilər və onlara qısa dəqiq informasiya lazım olduğu üçün onlardan suallar almağa çalışmaq və buna uyğun cavablar vermək daha faydalı olacaqdır.

Bazarda müxtəlif təbəqələr üçün fərqli növlərdə mal və əmtəələr var. Lakin bazara daxil olan malların əksəriyyəti kortəbii şəkildə həyata keçirilir. Bir çox biznesə sahib olan şəxslər tam olaraq qanunvericiliyi, insan hüquqlarını, əmək məcəlləsini, vergi məcəlləsini bilmədiyi üçün kortəbii olaraq da məhsulun maya dəyərinin hesablanmasında çətinlik çəkirlər real olan bir praktiki nümunəni deyəcəm deməli bir biznesmen təhsil sahəsində kurs açmağı qərara alır və həmin şirkətə ardı kəsilməyən tələbələr kurs keçməyə gəlir lakin şirkət aylar keçir gəlirin olmadığını görür sonradan analiz apardıqda sahibkar maya dəyərini hesabladıqda hər tələbədən əgər 50 AZN lik ödəniş tələb edilirdisə sahibkar bunun 55 AZN bir tələbəyə başa gəldiyini görür. Bu məsələdə əsas olan maya dəyəri bilmək həm investisiyanın yatırılması həm də sonradan brend şirkətin qurulması üçün əsas olan amillərin (şəkil 17- də ətraflı verilmişdir) tarazlaşması üçün vacib elementlərdir.

Şəkil 16: Bazarda brend şirkətin qurulması üçün ehtiyac olan amillər

siyasi sabitlik, qanunlar, ticarət qanunları

İqtisadi inkişaf, % dərəcəsi, işsizlik, inflasiyası

Sosial mədəniyyət, təhsil, demoqrafiya və texnoloji inkişaf

Mənbə: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/12/20/swot-analysis>, wordstream şirkətinin bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

3.2 Sığortanın Biznes analitika əsasında təhlili

Biznes analitikasını təhlil etməzdən öncə bizim bilməli olduğumuz hissə sahibkarların maraqlarının qorunması olmalıdır çünki bu olduqda artıq istənilən investor investisiya qoymaqda maraqlı olacaq bu da təbii ki, ölkədə vergi siyasətinin düzgün qurulması ilə nəticəsində mümkündür yəni əgər bir şəxs vergidən yayınma edirsə deməli bu dövlətin daxilində qeyri-leqal bazarın formalaşmasına və büdəyə daxilolmalara təsir edir. Bunun qarşısını almaq üçün ölkədəki vergi məcələsindən bəzi vacib olan hissələrin qısa şəkildə izahlarını belə verəcəyik.

1-ci olaraq müəssisə istər yeni yaranacaq istərsədə illərdir fəaliyyət göstərir mütləq şəkildə balansında olan aktivlərinin hesablanmasını nə dərəcədə real aktivlərinin olduğunu bilmək üçün və orta illik qalığı dəyərində də eyni zamanda vergi tutulduğunu hesablamaq bilmək bu həm müəssisənin fəaliyyətinin il ərzində ölçməyə və nəticə çıxarmağa imkan verir.

Ümumiyyətlə ölkədə qısa olaraq əmlak və torpaq vergisinə nəzər saldıqda biz görə bilərik ki, bütün ölkədəki nazirliklər bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyət göstərməkdə maraqlı olmalıdırlar bunun nəticəsi olaraq real baş verən hadisələr elektron sistem bazasında arxivləşir və bütün lazım olan yerlərə, qurumlara informasiya bazası

ötürülür bu həm analitikanı təhlil etməkdə, ölkədəki vəziyyəti qiymətləndirməkdə, risklərin bir-çox şeyə ehtiyac qalmadan təhlilini aparmaqda həm artıq texnoloji baxımdan istifadənin daha çox smartlaşmasına həm də ötürülən məlumatların daha az təhrif olunması yəni dezinformasiya olmaması önəmlidir. Analitiklərin yaranması və analitikadan istifadə edilməsi 19-cu əsrlərin sonlarına təsadüf edir. Analitikanın ilk dəfə istifadəsi Frederik Vinslov Taylor tərəfindən olmuşdur. 1960-cı illərin sonlarında isə Henri Ford və digər analitiklər yeni formalar kəşf edirlər və kompüterlərin istifadəsində qərarların dəstəklənməsi sistemindən yəni enterprise resource planning (ERP)- müəssisədə resursların planlaşdırılması sistemi, məlumat hovuzları və digər softveyə alətlərindən, proseslərdən istifadə edilməsinə başlandı.

Bugünkü gündə də heç kəsin ağına gəlməz ki, analitika 1900-cü illərdən etibarən istifadə edilməyə başlanmışdır.

Analitikadan belə istifadə zamanı analitikanın müqayisəliliyi ən vacib məsələdir. Bunları belə sıralıya bilərik.

Digər bir tərəfdən isə ölkədə vergi güzəştlərinin olamasıdır bu özünü həm gəlir vergisində, əmlak və.s göstərir. Bu da şübhəsiz ki, marağın artmasına təkan verir.

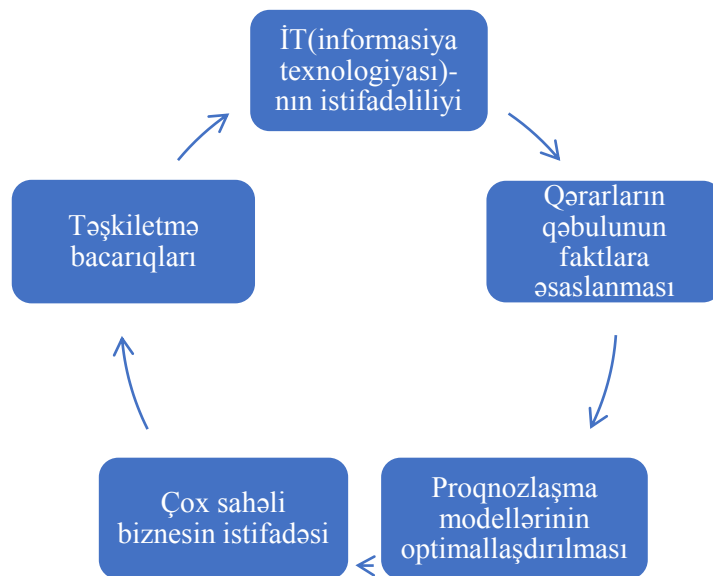
Ölkəmizdə iqtisadi gücü təmin etmək məqsədi ilə mütləq şəkildə vergi güzəştlərinin olması lazımdır. Burada vergi məcəlləsinin maddələrinə uyğun olaraq hökumət və qeyri-hökumət təşkilatlarında güzəştlər tətbiq edilir buradakı əsas məqsəd isə sahibkarlıq maraqlarının qorunması və onların bazara çıxardığı mal-əmtəələrin keyfiyyətinin təşkil edilməsidir. Hal-hazırda kənd təsərrüfatı məhsulların mənfəət vergisinə, yeni qurulmaqda olan start-upların sahiblərinə, özəl şirkətlərdə çalışan fiziki şəxslərin əldə etdiyi əmək haqqındakı gəlirlərinə, dövlət orqanlarının sahibkarlıq fəaliyyətində əldə edilən gəlir istisna olmaqla əmlak vergisinə və.s buna bənzər güzəştlər 9 vergi növlərinin hər birindən güzəştdən yararlanma biləcək şəxslərə şamil edilir. Lorens əyrisinə görə ölkədə daima vergi və s qurulan biznes tarazlıqdadır bu sanki təklif və tələbin kəsişməsinin tarazlıqda olmasına bənzir bunu daha aydın şəkildə desək vergi nə həddindən artıq dərəcədə yüksək nə də

həddində artıq dərəcədə aşağı olmamalıdır. Belə olduğu təqdirdə bu proses daima stabil qalaraq maraqların qounmasına xidmət göstərir.

Digər əhəmiyyətli məsələdən biri isə iqtisadiyyatda xüsusən əgər açıq bazar iqtisadiyyatıdırsa gəlirlərin bərabər paylanması mümkün deyil bu iqtisadiyyat növü daha güclü, biznes analizini bacaran, və fərqli situasiyalarda tez qərar qəbul edən şəxslər daha lider hesab edilirlər sığorta sahəsində məhz bu bazarda qurulduğunu nəzərə alsaq bu sahə maliyyə xidmətinin inkişafını təmin etmək üçün həm sahibkarlıq maraqların formalaşmasına həm vergi güzəştlərinin edilməsinə, həm xarici investorlarının bazara müəyyən şərtlər daxilində daxil olmasına, yeni start-upların , yeni ideyaların qəbul edilməsinə şərait yaradılmalıdır. Bu amilləri nəzərə alaraq dalğanın nə zaman gələcəyi bəlli olmadığı üçün bir biznes sahəsini quran insan istər-istəməz sığortalanma sahəsinə maraq yaranacaqdır.

Qeyd edək ki, əgər göstərilən bu fəaliyyət növü ilə hüquqi şəxs investorun orta illik qalıq dəyərini qiymətləndirmək istədikdə vergidə tətbiq edilən güzəştlər özünü sığorta sahəsində riskin ölçülməsində istifadə etməklə əla nəticələr ala bilərik mövzunun indi bazar analizi tərəfindən baxdıqda isə biz artıq real olaraq biləcəyik ki, həqiqi bazarda stabilliyi qorumaq üçün nələr lazımdır bunlara gəlin aşağıda göstərilən 5 amil üzərində nəzər yetirək:

Şəkil 17: Florida sığorta şirkətinin idarəetmə prinsipləri



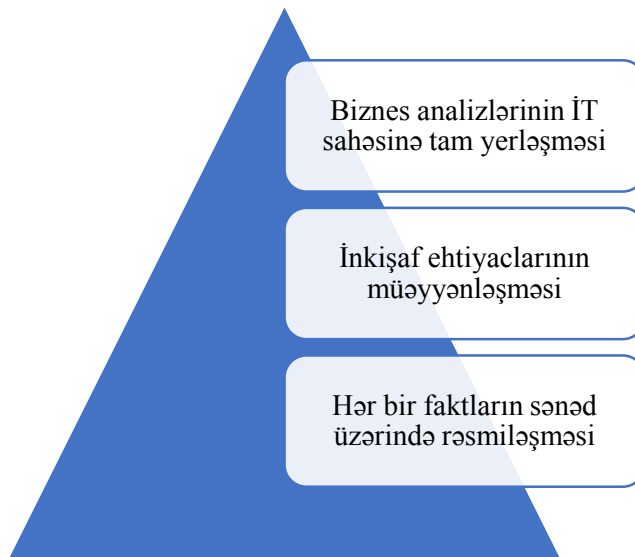
Mənbə: <https://www.bginsure.net/florida-auto-insurance.html?gclid>

Biznes analiz nədir - Biznesdə baş verən bütün ehtiyacların müəyyən edilməsi problemlərin həll yollarının tapılması, Strateji planlaşma, siyasi inkişaf kimi bütün bu proseslərin hamısının tətbiqi biznes analiz adlanır.

Biznes analizinin işlənməsi belədir.

1. Düzgün qərarların qəbul edilməsi
2. Stratejiya və Planlaşmanı aparmaq
3. Bazar araşdırılması və tələbatın öyrənilməsi
4. Məhsulun maya dəyərini öyrənilməsi
5. Praktiki olaraq tətbiq etmənin aparılması
6. Risk faktorlarını nəzərə almaq

Şəkil 18: Biznes analizinin yaradılmasında əsas olan 3 amil



Mənbə: <http://www.bostonanalytics.com/our-story.php>, boston analitikasının bazası əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Biznes analiz biznesdə olan problemləri bir yerə toplamaq və həll yollarını tapmaqdan ibarətdir. Biznes də BABOK (Business Analysis Body of Knowledge) Biliyin Biznes analizinə daxil olan Babokun əsas tələbləri aşağıdakı kimidir.

1. Tələblər
2. Tələb analizi və sənədləşmə
3. Həll yolları

4. Planlaşma və idarəetmə

5. Müəssisənin analizi

Biznes analizləri istər hökumət istər qeyri-hökumət təşkilatları olsun, və ya da istərsə də müəssisə və ya qeyri komersiya təşkilatları olsun hamısı xarici ölkələrdə həyata keçirilir. Bir çox sertifikatlar var ki, dərslər təşkil edilir və bu xüsusi sertifikatlar da imtahan nəticəsinə görə əldə edilir. Biznes analitika data və biznesin statistikasını, biznes biliyi əsasında formalaşır. Biznes analitikada tam və avtomatik şəkildə sürətli qərarlar gələcək proqnozlara görə verilir. Bu qərarların ən vacib bir neçəsi tam şəkildə aşağıda sıralanmışdır (Roland Eisen, 2012).

Qərarların analitikası –Baş verən səbəblərdən insan resurslarının toplusu olaraq qərarlarının dəstəklənməsi.

Diskriptiv (Discriptive) analitika-Tarixi məlumatlara əsasən verilən qərarlar

Prediktiv (Predictive)-Statistik məlumatlar

Prescriptive-Təkliflərə dayanan məlumatlar

Bu sadaladıqlarımızın əsas bir nəticəsi var o da bazarda tam şəkildə qısa zaman kəsiyində verilən düzgün qərarlar və idarəetmə sahəsi üzrə bazarda məhsulların satışının ən məhsuldar nöqtəsinə qalxmaqdır.

Bazarda ən həssas təbəqə müştərilər olduğu üçün demək oar ki, bütün sahəvi mərkəzləşmələr onların üzrərində qurulur.

Cədvəl 6: Marketingdə sahəvi mərkəzləşmələrin ardıcılığı

Behavioral (Davranış) analitikası	Zamanla baş verən hadisələr böhranlar, qarşısı alınmaz hadisələr insanların davranışlarını dəyişir məhz elə əsas məqsəddə müştərilərin ani reaksiyalarını daima gündəmdə saxlamaq lazımdır.
Rəqabət analizi	Bazarda məhsul satışı bölüşdürüldüyü üçün bunu əsasən Svot və boston matrixsinə görə təhlili aparılır (tam izahı 3.2 punktunda verili)
Cyber (Kiber) analitika	Məhsul satışı böyüdükcə, bazarda brendləşmə olduqca yeni texnoloji üsullar ilə kiber hücumlar yaranmasına şərait yaranır artıq digər tərəfdən həm də texnolojinin daxili strukturunun inkişaf və bu kiber hücumlara müdafiənin təşkil edilməsidir.

Maliyyə xidmətləri	Bunu gəlin bir misal ilə izah edək Covid-19 dan sonra pandemiya şəraitində daha çox online satış artdı və kimlərdə online satış yox idisə təbii ki, həmin şirkətlərin gəlirlərin azalmasına gətirib çıxardı deməli maliyyə xidmətləri dedikdə sadəcə hesabatlar forması deyil həm də həmin məhsullar necə hansı şəraitin tətbiq edilməsi nəticəsində nə qədər gəlirin əldə edilməsindən də asılıdır
Sağlamlıq analitikası	Müşahidə edərsiz ki, Fast food və kimyəvi məhsullar məhsulları artmaqdadır artıq insanlar bu məhsullar ilə yanaşı sağlam və gözəllik məhsullarında az xərcləməyə deməli biz bazara sığorta məhsullarında isə bu istiqamədə sığortalanma edə bilərik
Marketinq analitikası	Hədəf segmentasiyanı seçmək, onların büdcələrini nəzərdən keçirmək, hansı məhsullara ehtiyac olduğunu analiz etmək və bunu kimi digər səbəblərdən marketinq analitikası yaranır
Kredit analitikası	Bildiyimiz üzrə investisiya yatırıldıqda onun üçün müəyyən maliyyəyə ehtiyac yaranır bunlar təsisçinin hesabı+kredit+borc hesabı ola bilər əgər bir işin NPV si yüksədirsə və gözlənilən nəticəni verəcəksə kreditanalitikasından istifadə edib kredit götürmək riski fürsətə çevirmək olacaqdır
Bacarıq analitikası	21 –ci əsrin ən əsas dəyişimi daima nəyisə öyrənməkdən ibarətdir. Məs sığorta sahəsində mütəxəssislərin peşəkarlaşması dünya təcrübəsini əldə etməklə, peşə kurslarına qatılmaqla, şirkətin təşkil etdiyi təlimlərdə mütəxəssislərin iştirakını təmini ilə formalaşması bacarıq analitikasıdır
Telekommunikasiyalar	Məlumatların uzaq məsafəyə ötürülməsi telekommunikasiyadır. biz əgər bazarda müəyyən paya sahibiqsə mütləq şəkildə işlək hər zaman cavab verən mobil telefonlarımız internet resurslarının olması və hər an müştərilərin suallarının zamanında cavab verilməsi dayanır
Nəqliyyat	Xidməti məhsulların artıq dünya ölkələrində online şəkildə həyata keçirilməsi. Lazımı yerlərə çatdırılmasının şahidi olururq bu bizim işlərimizin əlçatanlığını artırmaqda üçün əsas məsələdir

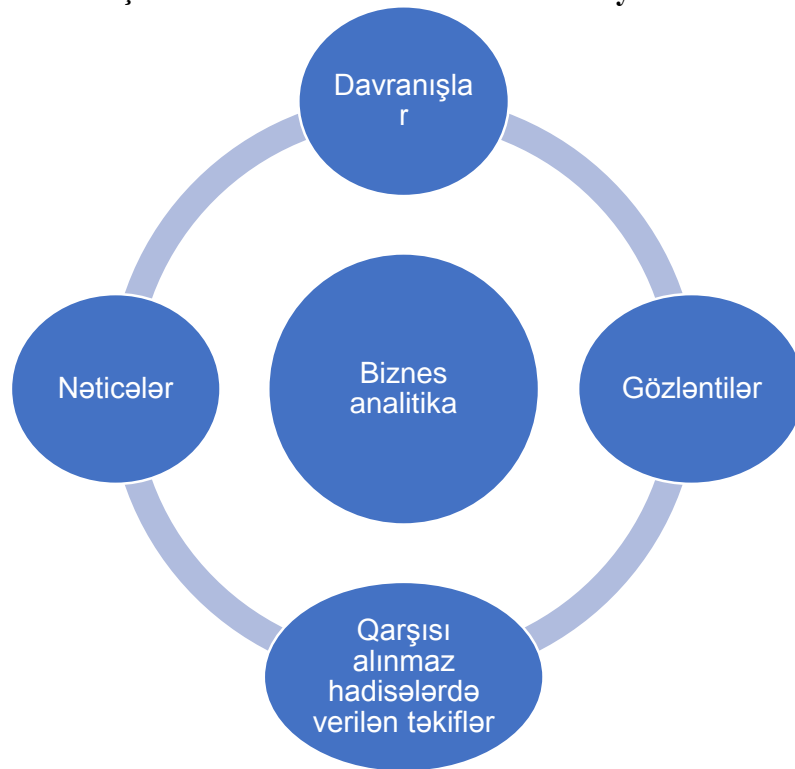
Mənbə: Hofstra Universitetinin professor Dr. Jean-Paul-un təsviri

Hər bir müəssisə bazarda olan amillərin analizini aparır lakin bazarda ola bilər ki, şirkətlər öz aralarında müqavilə bağlasınlar ki, gəlirin qazanılması hər bir şirkət üçün eyni olsun yada, razılaşa bilərlər ki, rəqabət qabiliyyətli eyni ilə Adam Smitin dediyi kimi əgər biz açıq bazar iqtisadiyyatında yaşayıyıqsa bura görülməz əl ilə idarə edilir, yaxşı və istedadlı olanlar qazanacaq yada iqtisadi tarazlıq pozulacaq və güclü olanlar qalib gələcək. Vəziyyətdən asılı olaraq şübhəsiz ki, biznes sahəsi bir dəryadır gərək güclü üzgüçü olasan ki, hər dalğaya qalib gələ

biləsən. Gərək tam olaraq müştəriləri, rəqibləri, bazarda olan hər bir xırda hadisələri detallı şəkildə araşdırasan nümünə olaraq deyə bilərik ki, güclü biznesmenlər daima bazarda sadəcə özünün deyil eyni zamanda öz rəqiblərini gzi təhlilini (SWOT) yəni güclü və zəif tərəflərini, imkanlarını və təhlükələrini ölçən biznesmenlərdir. İndi isə şəkil 20 də bazarda baş verən analitik funksiyaların 4 faktoruna nəzər yetirək bu faktorlar bizə tam olaraq bazarda necə davranmalı olduğumuzu izah edir.Əsasları isə 3 qrupa ayrılaraq

1. Davranışlar
2. Proqnozlar
3. Tətbiq etmə

Şəkil 19: Bazar analitikasının funksiyaları



Mənbə : <https://www.cisco.com>, CISCO təşkilatı (aprel 2011)

Şirkət və ya müəssisə üçün gəlin bir biznes analitikasının təhlili zamanı daxil olan proseslərə aşağıdakı kimidir

1. Biznes arxitekturasının yaradılması
2. Bacarıqların daima təkamülü

3. Yeni biznes imkanlarının idenfikasiyalaşması

4. Biznes keyslərin keçirilməsi

5. Risk öhdəliklərinin balanslaşması

Digər ən əhəmiyyətli tərəf isə Planlaşma və İdarəetmədir. Əhəmiyyət kəsb edən isə idarəetmənin dəyişməsinin yeni standartlara, milli modellərə və böhranlara tez müddətdə uyğunlaşmasıdır. Matrislərdən, diaqramlardan, 3D tipli modellərdən və formalardan öz biznes analitikasında istifadə edilməsi əsas şərtlərdən biridir. Zaman dəyişdikcə ideyalar, cəmiyyətin tərzləri, düşüncələri hətta milli dəyərləri belə dəyişir bu zaman axınında baş verən innovativlərdən və rəqabətlik şəraitindən asılıdır. Dünya ölkələrində ən tanınmış məşhur Google, Ali Express, Chine life kimi dünya brendlərində məhz aşağıda sadalanan zəncirlərdən bazarda satışların inkişafı, brendliyin qorunması üçün istifadə edirlər (Frank J.,2008).

- Hepatezis (Heptalysis)
- Bazar imkanı (Market opportunity)
- Məhsul (Product/solution)
- Planlama (Execution plan)
- Maliyyə resursu (Financial engine)
- İnsan kapitalı (Human capital)
- Potensialın geri qayıtma tezliyi (Potential return)
- Təhlükəsizliyin marjası (Margin of safety)

Digər iqtisadiyatda baş verən sığortanın inkişaf amillərini nəzərə alaraq yaradılan STEER modeli ən geniş yayılmış iqtisadi inkişafa səbəb olan xüsusi analizlərdə biridir. Bu analizin iqtisadi xüsusiyyətlərini aşağıdakı şəkildə bir-bir izah edilmişdir.

- STEER (stir) Sosial Mədəniyyət (Socio-cultural)
- Texnologiya (Technological)
- İqtisadiyyat (Economic)
- Ekologiya (Ecological)
- Qaydalı faktorlar (Regulatory Factors)

Dünya praktikasında ən çox rast gəlinən modellərdən biri də mostdur bu yəni ən çox mənasını verir ki, xüsusi mahiyyəti bazarda baş verə biləcək dəyişiklik zamanı qarşısını ala bilmək üçün hansı amillərin seçilməsindən asılıdır. Bu amillərdə eyni zamanda aşağıda tam şəkildə izah edilmişdir.

- Most
- Missiya (Mission)
- Obyektlər (Objectives)
- Strategiyalar (Strategies)
- Taktikalar (Tactic)

Digər məşhur strategiya və planlamanın düzgün qurulması zamanı seçilən metodlardan biri də katvo üsuludur. Bu üsulların mənalari ilə aşağıdakı kimi verilmişdir.

- CATWOE (6 mərhələdən ibarət olan katvo)
- Müştərilər (Customers)
- Hərəkət olanlar (Actors)
- Transformasiya (Transformation Process)
- Dünya praktikası (World View)
- Sahibkar (Owner)
- Ətraf mühit (Environmental Constraints)
- Bəzən şirkətlər özlərinə uyğun rəng seçimi edirlər ki, bunların hər birinin xüsusi mənası var onların dünyada tanınan ən məşhur mənalari aşağıda izah edilib.
- Green: Creative/ (yaşıl rəng yaradıcılığı)
- Yellow: Bright, optimistic, positive. / Parlaq sari (optimist və müsbətliliyi)
- Black: Negative, devil's advocate. / Qara neqativliyi və bazarda baş verən böhranları.

Bu seçimlərin hər biri iqtisadi baş verən amillərin səviyyəsindən və böhranlardan asılıdır. Biz bazara nəzər saldıqda orada baş verən rəqabət qabiliyyətini görə bilərik hər gün baş verən yeni kampaniyalar, rahatlıq üçün edilən yeniliklər, düzgün seçilmiş analizlərin təhlili, müştəri məmnunluğu bunların hamısı seçmə üsulu ilə daxili bazarda bir hədəf rolunu oynayır.

3.3 Azərbaycanda sığorta sahəsində biznes planın hazırlanması

Biznes plan rəsmi yazılmış sənəd formasıdır. Hədəf metodları, nailiyyət istiqaməti, qarşıya qoyulan strategiya gəlirlərin və xərclərin hesablanması, həqiqətən bu biznesi tam şəkildə həyata keçirmək üçün planlaşma və strategiyanın yazılması vacib məsələdir. Biznes planın tərfi isə biznes bacarıqlarının yazılı və rəsmi sənəd şəkildə olmasıdır. Biznes plan adətən kommersiya təşkilatları tərəfindən dövlət qurumlarına, beynəlxalq müqavilə bağlanmış şirkətlərə yazılır dünyada beynəlxalq dövlət strukturlarına misal olaraq Beynəlxalq Monetar fonduna, Dünya bankına, Birləşmiş millətlər təşkilatına, İnkişaf banklarına yazılır.

Biznes planın əsas hədəf nöqtəsi xarici məqsədlərdən irəli gəlir. Yeni məhsulun inkişafına ayrılan konstruktiv xərclər, yeni xidmət növü, yeni İT (informasiya texnologiyası) daxildir.

Biznes planın bütün hədəf nöqtələri strateji planlaşma adlanır yəni uzun müddət ərzində planlaşmasının bir kağızda aydın şəkildə yazmaqdir.

Biznes planları əsasən Start-uplar üçün yazılır yeni ideyanın uğurla reallaşması üçün onun isbatı lazım gəlir buda özünü biznes planda göstərir. Biznes planın istiqaməti aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir.

Cədvəl 7: Start-up və sığorta şirkətləri üçün qurulan Biznes planın hədəf nöqtələri

Biznesin ətraf mühitin analizi
Swot analizi
Rəqabət analizi
Bazar analizi
Marketing planlaşması

İdarəetmə
Maliyyə planlaşması
Nailiyyətlər

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Digər vacib məsələlərdən biri isə start-up-ın biznes planında verilən suallar əhəmiyyət kəsb edir. Suallar belədir:

Cədvəl 8: Start-upda verilən ən çox suallar

Şirkətin ən çox olduğu problem məhsuldur yoxsa xidmət bəs bunlar necə həll edilir
Şirkətin problemlər üçün həll yolları hansılardır
Şirkətin müştəriləri hansı təbəqədir və satış onlara necə həyata keçirilir
Şirkət bazarda nə qədər paya sahibdir
Şirkətin bazardakı biznes modeli nədir
Şirkətin digər rəqib şirkətlər ilə müqayisəli rəqabətliliyi necədir
Şirkət inkişaf strategiyasını necə formalaşdır
Şirkət hansı risklər və problemlər ilə üzləşir
Şirkətin kapitalı və resursu hardan formalaşır
Şirkətin maliyyə vəziyyəti, balans və pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqındakı və maliyyə nəticəsi haqqındakı hesabatları

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Biz biznes planı əvvəl və sonralar yaratmalıyıq bu bizim işimizi hansı səviyyədə göstərmək üçün əla seçimdir. Biznes plan qarşıya qoyduğumuz məqsədlərin hansıları edib nəticəsi bilmək, nələrdə yanlışlar edib sonradan hansı yönə dəyişməyimizdən, fərqli innovasiya və maraqlı ideyaları yarada biləcəyimiz düşüncələrin formalaşmasında biznes plan şirkətimizin inkişafı üçün düzgün istiqamət mənbəyidir.

Müasir dünyanın hər gün yeniləndiyinin biz şahidi oluruq. Bu baş verən yeniliklər dünya ətrafında təsirini edir. Biz dünya ətrafında baş verən prosesləri, texnoloji dəyişiklikləri müşahidə edə bilərik, bu müasir texnologiya eyni zamanda bazarda olan müəyyən iş yerlərinin bağlanması hətta bəzi iş sahələrinin sıradan

çıxmasına səbəb olur. Əlbəttə ki, insan resurslarında baş verən belə problemlər yaxın gələcək də işsizliyin artmasına səbəb olacaqdır bu zaman həll yollarına baxdıqda əsas məsələ 4-cü sənaye inqilabı zamanı qurulan biznes və maliyyə xidmətlərinin avtomatlaşdırılması və insan resurslarında sadəcə ən əhəmiyyətli olan zaman əmək gücündən istifadə edilməsi olmalıdır. Yeni dövrdə müasir əmək bazarının ehtiyacı olan praktiki bacarıqları işçi qüvvəsi üzərində inkişaf etdirilməsi, yeni biliklərin formalaşması mühüm balanslaşmanı təşkil edir. Burada yeni sual meydana gəlir ki, bəs insan resurları sığorta bazarına təsir edirmi əgər edirsə necə baş verir?

İnsan resurları adətən əldə olan imkanların insanlar üzərindəki tətbiqi imkanlardan danışılmağı deməkdir. Nə qədər insanın limitli zaman kəsiyində işlədiyi və iş tapılması zamanı olan problemlər daxildir.

Bu daxili faktorların hamısı analizi asanlıqla aparmaqda əmək gücünün təşkilinin iqtisadiyyatda təsirini ,biznes sektorundakı marağ dairəsinin ölçülməsində daxil olan əsas elementlərdir.

Qlobal sığortanın Azərbaycanda tətbiqi imkanlarını həyata keçirmək üçün vacib olan funksiya ölkədəki biznes sektorlarının inkişafını birinci strategiya planına daxil etməliyik sonra isə aplikasiyaların yəni smartlaşmanı xaricdəki avandanlıqları alıb yavaş-yavaş tətbiqinə başlanmalıdır çünki qısa vaxt kəsiyində iqtisadi dirçəlmənin bir yolu düzgün seçilmiş idarəetmə mərhələsi, tətbiqetmə imkanları və ixracın genişlənməsi imkanlarıdır. Qlobal sığorta bazarında bugünkü gündə coğrafi seqmentasiyasına nəzər yetirdikdə əsas məsələ məhz Amerikada, Avropa ölkələrində softveyə (Software) imkanların geniş sürətdə əlçatanlığıdır. Burada ən böyük paya isə ABŞ 39 % ilə liderlik edir. Digər Avropa ölkələrində bu 36%, Asiya ölkələrində isə 25 % -ə bərabərdir. Müasir bazar iqtisadiyyatında güclü sığortanın inkişaf etməsi üçün biznes sektorunun xidmət sahəsi, istehsalat sahəsi, ticarət yəni satış sahəsi və sonuncu kənd təsərrüfatı sahəsinin biznes planlarının ölkəmizdəki vəziyyətinə görə hazırlanmalı və tətbiqi imkanları genişlənməlidir. Şübhəsiz ki, hər bir sahəsinin sığortalanması üçün oradakı konfigurasiyanın yəni resursların olması, sonra sığortalanması hətta biznes şəbəkəsi böyüdükdə isə təkrar sığortalanmanın edilməsi bu amili təbii olaraq yeni sığorta şirkətinin yaranmasına səbəb olur ki, artıq

təkrar sığorta şirkətləri belə ölkədə formalaşmağa başlayır və nəhayət isə inkişaf və yenidən inkişafı təşkil etmək həm biznes sektorunun inkişafına, həm sığorta şirkətinin və sonralar isə təkrar sığorta şirkətinin yaranmasına, məşğulluğun artmasına, nəhayət ki, bazarın həm maliyyə həm də qeyri-maliyyə sahəsinə daxil olan sahələrin inkişafına şərait yaradır.

Sığorta şirkətləri həmişə data yəni məlumatları toplamaqla strateji planlaşmanı həyata keçirilər. Pandemiyadan sonra artıq maliyyə xidməti sahəsində çalışanların əsas maraq dairəsi düzgün data strategiyasının effektiv analizini aparmaq sığorta biznesində baş verən böyük sənaye dəyişikliklərinin vəziyyətini təhlil etməkdir. Buna bir misal olaraq deyə bilərik ki, dünya üzərində sığortaçıların 80 % - nin sənədləri baza üzərində strukturlaşmamışdır. Bu isə şəffaflığın qarşısını alır və daha operativ işləməyə maneə rolunu oynayır. Nümunə üçün tibbi sığortalanma, siyasətlər, müqavilələr, və.s heç birinin avtomatlaşdırılması əvvəllər yox idi lakin smart avadanlıqların bazarda istifadəsindən sonra nəhayət demək olar ki, müqavilələrin əksəriyyəti elektron müqavilə (Electronic Contract) ilə dünyadakı ən məşhur sığorta şirkətləri tətbiq edirlər.

Şübhəsiz deyə bilərik ki, artifikal biliyin artıq 21-ci əsirin ayrılmaz hissəsinə çevrilir. Artifikal biliyi insanların bacarığının onların hal və hərəkətlərindən başa düşülməsi üzrə bir dildir. Stratejik bilik və insanların hərəkətləri onların nəyə qadir olduğunu izah edə bilər. Hətta dünya üzərində nəzər saldıqda görə bilərik ki, riskləri qiymətləndirmək lazım gəldikdə hansı sığortalanma məhsullarını daha sərfəli olar bunların hamısı qiymətləndirməyə daxil edirlər və sonradan isə sığorta məhsulları formalaşır. Nümunə olaraq deyə bilərik ki, mühəndislik bacarıqları və onların sığortalanması risk katoqoriyasına görə yüksək dəqiqliklə hesablanmalı olan və hər risk üzrə 450 dollar məbləğində ölçülən bir ixtisasdır. Aydındır ki, biz əgər sığorta şirkətə quracaqıqsa həmin ölkənin təlabatı, rəqabət səviyyəsi, təcrübə, investisiya, siyasi və iqtisadi qurumların əlverişlilik dərəcəsi məhz sığorta sahəsi üzrə hansı sığorta məhsullarını uğurlu olaması an məsələsidir.

Ümumiyyətlə sığorta sahəsinin necə işlədiyini bilmək üçün sığorta siyasətlərinin əlverişliyinə, virtuallığına, individuallığına və ümumi sığortanın avtomatikliyinə

eyni zamanda dövlətin sığorta qanununa əsaslanır. Sığortalanma zamanı sığortanın əsasını premiya, siyasi vəziyyət, deduksiya xüsusi yer alır. Bunların tam olaraq yerini biz aşağıda sadalanan hissələr üzərində qısa olaraq izah edəcəyik:

1. Premiya-Premiya sığortaçı tərəfindən risk profilinin ölçülməsi
2. Siyasi limit- sığorta olunanın sığorta şirkətinə maksimum ödədiyi sığorta haqqıdır. Maksimum illik, müəyyən müddəti ödənilən limit deyilir.
3. Deduksiya-deduksiya xüsusidən ümumiyyə verilənlər topludur. Deduksiya metodundan hər siyasətdə istifadə oluna bilər.

Dünya bazarında xüsusi şərtlər var ki, burada sağlamlıq sığortası ən önəmli yeri tutur. Ümumi olaraq iqtisadiyyatda olan bütün sahələrin sığortalanması mövcuddur. Bu sadəcə olaraq ölkənin rifah səviyyəsindən və iqtisadi inkişaf potensialından asılıdır. Sığorta sisteminin işləməsi üçün onun ilk növbədə elektron arxivləşməsi, informasiya texnologiyası sisteminə uyğun olaraq mexanikləşməsi, analizlərin aparılması və sonda isə insan resurslarının tam şəkildə təşkil edilməsindən asılıdır. Bazarda sığorta üzrə maliyyə xidməti Avropa ölkələrindəkindən olduqca fərqlənir. çünki SSR-nin tərkibindən çıxdığımız üçün bizim Avropa və ya ABŞ-da olan global, Allianz, Munher re və.s kimi təcrüblərimiz çox deyil ona görə də ən mükəmməl addım bu sahədə investisiyanı yatırmazdan öncə gərək təcrübədən yararlanmaq sonra isə hər sahə risk portfelinin analizləşməsini aparıb onlara uyğun xidmət sahəsini təqdim etmək. Hər amil dəyişdikcə bütün dövr edən aktivlər yenidən insan resursları ilə dəyişir. İnsan resursları ilə idarə edilən bütün siyasətlər və proseslərin təşkilini insan kapitalıdır. Digər tərəfdən isə insan kapitalı və biznes əməkdaşları arasındakı münasibətlərdir. Bu əmək münasibətləri gücləndirilmiş kapitalı təşkil edir. Bu da onu göstərir ki, siyasi, iqtisadi şəraitdən asılı olaraq 4-cü sənaye inqilabının dövründə insan münasibətlərinin hərəkəti hər an hər şeyi dəyişə bilər.

İngilislərin ifadəsi ilə desək deyirlər ki, inkişaf biznes üçün çox yaxşıdır. Genişlənən şirkət daima öz satış bazasında və güclülük pozisiyasında bazarda xüsusi yerə sahibdir. Bəs yaxşı sual olunur ki, biznes inkişafı nədir bu necə başa verir:

Biznes inkişafı bir deyil daha çox zəncirvari dairə yaradıb böyüməkdən ibarətdir. Burada bunun üçün tək şey matris deyil eyni zamanda inkişafın ölçülməsidir. Fərqli data məlumatlara əsaslanaraq şirkət inkişafının xüsusi metodları aşağıdakılardır:

1. Gəlirlər
2. Satışlar
3. Şirkətin dəyəri
4. İşçilərin sayı
5. Müştərilərin sayı

Bu ölçmələr sadəcə inkişafı göstərmir eyni zamanda müəssisənin perspektivi nədir, hansı sahədə daha zəiflik var dar keçid haradadır, necə edə bilərik ki, məhsul və xidmətlərimizdən çox insanlar yararlansın və rəqabət çərçivəsində hansı marketing strategiyasını yarada bilərik ki, rəqabət çərçivəsində daha çox satış potensialını ələ ala. Start-upsların adətən inkişaf etməyə və bazarda pozisiyanı ələ almağa ehtiyacları var çünki Start-upslar bazarda çox sürətlə böyüyür və bazardakı olduqları inkişaf onlara kifayət etmir. Çünki bazar böyüdükcə rəqiblər artdıqca xərclər də artır və əsas məqsəd xərclərin gəlirlərə çevrilməsi gəlir qazılması olduğu üçün Start-upslar davamlı yeni alternativlər ilə bazarda böyüməlidirlər.

Digər bir vacib suallardan biznesin maliyyə və ya qeyri-maliyyə onların hər birinin bir maşın olduğunu fərz etsək onların əsas motoru bəs nə hesab edilir? Bir şirkətin inkişaf etməsi üçün insan kapitalı önəmlidir lakin əsas faktor deyil əsas olan isə həmin şirkətin kökündən orijinal olaraq böyüməsi və sistemli şəkildə idarə edilməsidir çünki bu faktor olduqda mütəxəssislərin kimliyindən asılı olmayaraq biznesin inkişafına təkan verir. Bayağda deyildiyi kimi əgər biznes sahəsini biz maşın hesab ediriksə sistem onun motorunu təşkil edir. Əlavə olaraq aşağıda sadalanan 4 əsas faktor isə maşının yağıdır.

1. İşçi qüvvəsinin motivasiya və bacarıqla işləyib inkişaf etməsi

Biznesin başında vacib faktor işçi qüvvəsinin maraqla çalışmasıdır. İnkişaf həmişə şirkətin arxasında dayanan işçi qüvvəsi ilə ölçülür. Əlavə olaraq deyə bilərik ki, işəgötürənlər və işçi qüvvəsi onların hər ikisi şirkətin inkişafında mühüm yer tutur.

2. Bir strategiyanın hazırlanması və o strategiya ilə prioritetlərin inkişafı

İşçi qüvvəsi dediyimiz kimi arxa back ofisi təşkil edir. Bu halda o işçilərin sistemli işləməsi üçün bir strategiyaya ehtiyac var . Bu yeni strategiya isə öz növbəsində yeni müştərilər, daha çox məhsulun istehsalı, və yeni bazarlara daxil olmağa şərait yaradır.

3. Proseslərin və infrastrukturun inkişafı

Şirkətin əgər strateji planı prioritetləri inkişaf etdirirsə digər məsələ isə avtomatlaşdırılmış softveyə tətbiqlərini şirkətdə lokal şəbəkə yaradaraq tətbiqi imkanlarıdır. Bu həm də zamanın daha az sərf edilməsinə həm də yeni qərarların verilməsinə imkan verir.

4. Investisiyanın düzgün və kifayət qədər mümkünlüklə üzərində edilməsi

Yuxarıda sadaladığımız 3 əsas faktordan sonra sonuncu olaraq bir şey qalır o da bəzən sahibkarın ya investisiya etməyə pulu olmur ya da ki, dividend şirkətin böyüməsinə kifayət etmir bu zaman yenə əsas olan biznesi ölçmək bizə lazım olan qərarların qəbul edilməsi inkişafa təkan verəcəkdir.

Bazarda hər bir strukturu, qanunu və necə rəqabət aparılmalı olduğunu müəyyən şərtlər daxilində daxili və xarici predmet əsasında ölçmək lazımdır. 4-cü sənaye inqilabı dövrünə World Economic Forumun sədri Klaus Schwabın dediyi kimi artıq yeni -yeni ixtisaslar formalaşır buraya nəslə kəsilməkdə olan heyvanların artırılması, kosmik turizm sahəsinin yaradılması, süni intellektə sahib insanların yaradılması hətta insan orqanlarının yaradılması kimi yeni ixtisaslar, təcrübə konstruktor üzrə laboratoriyada analizlərin aparılması və.s daxildir. Deməli, yeni ixtisaslar yaranırsa burada fərqli iş mühiti, ideyalar biznes planlar və ən əsası harada və necə böyümək lazım olduğu da reallaşır. İqtisadi dirçəliş artıq müasir dövrün dili ilə avtomatlaşmasına və robotlaşması deməkdir. Bizim qısa zaman kəsiyində verdiyimiz qərarlar doğru nəticə verməyə bilər ona görə də, hansı biznes planı yaradacağımızda öncə qərarları ölçmək lazımdır. Hər bir biznesin inkişafında, daima biznesin inkişafının ölçülməsi, inkişaf üçün hansı addımların atılması, marketing alətlərində istifadə və pestel, boston kimi zəif və güclü tərəflərimiz aşkar etmək üçün data analizlərin istifadəsi müasir dövrdə çox vacibdir. Çünki bizdə informasiya bazası olduqdan sonra verilən qərarlar ölçülmüş olduğu üçün yeni-yeni verilən

qərarlar daha məqsədli, stratejik və sürətli şəkildə bazarda dövr etmə imkanına malik olur.

İqtisadiyyata hər şey stabil olmadığı üçün bütün baş verən hər bir proses davamlı çevik, sürətli, və hədəf nöqtəsinə uyğunlaşmalıdır. Ən vacib nöqtə isə ölçülən qərarların dəqiq data analizini apardıqdan sonra tətbiq etməkdir. Bütün sadaladıqlarımız istisadi güc, üdm, ümm və.s iqtisadi terminlərin başlanğıcında bir ideya dayanır güclü təhsil və tətbiqetmə bacarıqlarının olması bu hər iki əsas faktor iqtisadiyyatda daima dirçəlməyə istər sığorta sahəsi olsun istər digər sahələr uğurlu olacaqdı.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Hər bir şirkət sığorta sahəsində və ya biznes sahəsində istənilən vəziyyətdə gəlir qazanmaq istəyir bu hal dünya ölkələri ilə yanaşı Azərbaycanda eyni hədəf istiqaməti dayanır. Belə prosesdə anderraytinq və maliyyə xidmətinə qoyulan investisiya anlayışı məhz elə bu sahə üçün yaradılmışdır. Ölkəmizdə təklif olaraq profit (gəlirin) hesablanmasının məhz dünya sığorta şirkətləri ilə uyğunlaşması əla olardı və bu istiqamət ilə analizi apardıqda məlum olur ki, sığortaçıların gəlir qazanması 2 yol ilə mümkündür.

Ümumi olaraq belə bir nəticələrdən ən əsası düzgün şəkildə gəlirin hesablanmasıdır. Bu proses sadəcə bizim ölkəmizdə tam şəkildə sistemli getmir belə ki, gəlirlərin hesablanması beynəlxalq təcrübədən belə bir təklif edilərdi ki, gəlirlər ümumi premiya investisiyaların cəmi çıxılısın qarşısı alınmaz zərər və investisiya xərcləri əgər hər bir şirkət bunu tam olaraq hesablasa deməli mənfəətin hesablanması prespektivli sahə olacaq.

Sığorta sahəsində ölkəmizdə yaranan 2-ci əsas problem gəlirlərin hesablanması ilə yanaşı riskin də, hesablanmasında problemlərin olmasıdır. Burada yenə belə bir təklif vermək olar ki, anderraytinqin sığortaçı arasında bir uzlaşmanın aparılması və gələn gəlirlərin böyük hissəsini investisiya edilməsi əgər bir sığorta şirkəti bazara daxil olubsa buradakı əsas məsələ və məqsəd bazarda qalmaqla olacaq məhz bu səbəbdən vəziyyətin təhlilində sığorta şirkəti nə qədər riskləri transfer edərsə bir o qədər də şirkət özünün ana təməlini qorumaq üçün risklərdən eyni zamanda minimum şəkildə təcrid etməlidir.

Bu iki ideologiyanın ölkəmizdə təkmilləşdirsək standard və düzgün zaman daxilində formalaşması mümkün olacaqdır. Ölkəmizdə bizim əsas çatışmayan cəhətimizdən biri dünya praktikasından tam keyfiyyəti istifadə edə bilməməyimiz və sığorta sektorunda çalışan əksər kadrların sığortaçı kimi keyfiyyətli kadr potensialının zəif olmasıdır. Lakin əgər aşağıda sadalanan 3 nüəslərin heç biri bazar iqtisadiyyatında yoxdursa bu zaman həmin sektorun inkişafından ölkədə söz gedə bilməz.

Dünya ölkələrində sığortanın inkişafı üçün lazım olan həll istiqamətlərindən praktiki nəzər saldıqda bizdə çatışmayan əsas vəziyyətləri analiz etdikdə görürük ki, əsas olaraq 3 amil çox zəifdir və təklif edilərdi ki, aşağıda sadalanan amillərin daha da təkmilləşdirilməsi həyata keçirilməlidir.

- İnsan resurslarının zəif olması
- Xammal resursların qıtlığı
- Maariflənmənin davamlı olmaması

Deməli sadəcə praktikadan deyil eyni zamanda ölkədəki vəziyyəti araşdırıb ona uyğun idarəetmənin tətbiqini etmək lazımdır. Bizim digər zəif cəhətimiz isə ölkəmizdə maariflənmə olmadığı üçün sığorta anlayışı sadəcə əlavə xərc kimi qiymətləndirilir. Lakin bu sahə yerində istifadə edilərsə ölkədə tərəqqi baş verəcək yəni gələcək proqnozun verilməsinin data analitika əsasında təhlilini etmək lazımdır sadəcə bu gün üçün deyil məhz şirkət üçün idarəetmə uçotunun tətbiqi geniş şəkildə yayılmalıdır. Araşdırmalardan çıxan nəticədə görürük ki, mühasibat uçotunun idarəetmə uçotu çox nadir hallarda istifadə edilir. Lakin bu nə qədər inkişaf edərsə aşağıdakı amillərdə bir o qədər inkişaf edəcək bunlar belədir:

- İqtisadiyyatda yeni sahənin yaranması
- Ölkədə yeni iş yerlərinin daha az risk ilə daha çox açılması
- Məşğullüğün inkişafı və iqtisadi gücün formalaşması

Əsas hədəf nöqtəsi sadəcə vəziyyətdən istifadə edərək düzgün ideologiyanın mükəmməl şəkildə yaradılmasıdır. Buna görə də Təhsil sistemi və Qərbi avropa, ABŞ və digər Asiya ölkələrinin praktikasının öz ölkəmizdə yaradılmasının standartlar çərçivəsində həyata keçirmək bizim real hədəf nöqtəmiz olmalıdır. Digər tərəfdən isə sadəcə bu sahəni yaratmaq deyil eyni zamanda bu sahənin qurulması ilə başqa sahələrinde inkişaf etməsində maraq dairəsi yaradılmalıdır və son olaraq anderraytinq və aktuarilərin sığorta sahəsinə cəlb edilməsi onların riyazi hesablamaları ilə risklərin ölçülməsi sonda bu nəticənin üzləşməsinin həqiqi nəticə ilə bərabərləşməsində özünün doğrultmalıdır. Müasir bazar iqtisadiyyatında artıq yeni termin “Auto Insurance “ adı ilə yeni fikir irəli sürülmüşdür. Təklif edərdim ki,

artıq avtomatlaşmaya keçmək zamanıdır və bu auto anlayışı qısa zamanda tətbiq edilərsə əla nəticələr verəcək yəni ki, örtük xüsusiyyətlərdən istifadə edərək

1. Əmlakın ekspertini aparmaq
2. Öhdəliklərin ekspertini aparmaq
3. Tibbi ekspert aparmaq - qarşıya qoyulmalıdır.

Bunların hamısı öz növbəsində online sığorta görüşlərinin müvafiq aplikasiyalar ilə keçirilməsi stratejik planlaşmaların avtomatik şəkildə edilməsi hətta marketing və məhsul xidmətlərinin experti müvafiq dronlar, İot- lar ilə qiymətləndirilməsi bununla bağlı həm sığortaçı həm də sığortalı arasında elektron müqavilənin bağlanması artıq ölkəmizdə yavaş-yavaş yaradılmalıdır. Güclü sahənin yaradılması üçün ilk öncə onun texnologiyası artıq 21-ci əsrdə inkişaf etmiş ölkələrdə öz əksini tapmalıdır.

Bizim digər əsas problemimiz bazar iqtisadiyyatı şəraitində gəlir və xərclərimizi düzgün qiymətləndirməməyimizdən irəli gəlir. İstiqamət isə hər an proqnozlaşmanı verib zərərin gəlirə nisbətini və bu əmsal ilə də il sonuna fayda qazanacağımızın əmsalını müəyyənləşdirməkdir.

İstər buna kənd təsərrüfatının sığortalanmasını aid edək TARSİM kimi uğurlu bir sistemini Azərbaycanda tətbiqi həqiqi mənada sığorta sektorunun inkişaf etdirilməsinə böyük təkan verəcək. Lakin ilkin mərhələ olaraq digər sistemləri yəni bu sahənin infrastrukturunu yaratmağa başlamaq lazımdır. Düşünün ki, dövlət öz vəsaiti hesabına bir fond yaradır bu fondu inkişaf etdirmək üçün isə digər tərəfdən ölkədə nə kənd təsərrüfatın məhsuldarlığı nə gəlirliyi tənzimləyə bilini, bu da yenə istehsalçılar tərəfindən maraqların azlığına səbəb olur, nə də bu sahədə uçotun yetərinə aparılmadığı üçün istehsalçıların istər bir-birləri ilə istərsədə dövlət bu sahədə yetərinə statistik məlumatlara malik olurlar. Belə bir şəraitdə sığorta sahəsinin inkişafı üçün verilən önəmin və ayrılan vəsaitlərin istənilən nəticəsi üçün ilk öncə baza sistemləri yəni bu sahənin strukturu formalaşdırmalı və inkişaf etdirilməlidir. Vəziyyətdən asılı olaraq 1-ci olaraq əsas iqtisadi sahələrin inkişaf etdirilməsi kortəbii şəkildə deyil tam düzgün idarəetməni bilib bazarda təcrübə qazanmaq və müştərilərin psixoloji vəziyyətlərini ölçüb sığorta məhsulların fərqli

növlərini hazırlayıb buraxmaq lazımdır. Lakin bugün əgər bizim güclü iqtisadi idarəetmə və məhsullarımız yoxdursa sığortalanmadan söz gedə bilməz çünki bizim resursumuz olmalıdır ki, sonrasında onun qorunması haqqında fikirləşək artıq qorunmasına gəldikdə isə sığorta bazarı istər istəməz özü inkişaf edəcək çünki istənilən sahibkar riski transfer etmək və bazarındakı payı genişləndirmək üçün davamlı çalışır və heç bir sahibkar bazardakı payını risk altına olmağını istəməz. Tə kif edərdim ki, kiçik ödənişlər ilə hər sahənin sığortalanması həyata keçirilsə bu ölkədə rifah səviyyənin yüksəlməsinə, müəyyən müddətə zərərin kompensasiya edilməsinə zəmin yaradar.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. “İşsizlikdən sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu 1 yanvar 2018.
2. İ.Bağirov (2020) “Vergi məcəlləsinin Xüsusi Praktikasının İzahı” Bakı səh 5-792.
3. Məmmədov S.M. (1997). Maliyyə. Dərslük. Bakı.

İngilis dilində

4. "Global Anabaptist Mennonite Encyclopedia Online, Insurance". Retrieved 18 January 2010.
5. “Dünyada tarım sigortaları uygulamaları ve TARSİM”. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. İstanbul 2016.
6. Ahmad, Ehtisham and Nicholas Stern (1991). The Theory and Practice of Tax Reform in Developing Countries. Cambridge: Cambridge University.
7. Babic-Hodovic, V., Mehic, E., and Arslanagic, M. (2012). “The Influence of Quality Practices on BH Companies' Business Performance,” International Journal of Management Cases (14:1), pp. 280–300.
8. Banks, James, Richard Blundell, and Arthur Lewbel, (1996), "Tax Reform and Welfare Measurement: Do We Need Demand System Estimates?" The Economic Journal, v.106, pp.1227-1241.
9. Brandolini A, Cipollone P, Viviano E. (2004). Does the ILO definition capture all employment? [Temi de discussione del Servizio Studi No. 529]. Rome, Banca d'Italia, (In English).
10. Brwning, T. R. (2010). “On the Alignmnt of the Purposes and Views of Process Models in Project Managment,” Journal of Operations Management (28:4), pp. 300–319.
11. Cihan Nazli (2006). “Avrupa birliđi Tarım Muhasebesi Veri Ađı (FADN) sistemi çerçevesinde türkiye’de çiftçi kayıt sisteminin incelenmesi”. Ankara.

12. Congressional Research Service (CRS) Reports regarding the US Insurance industry.
13. Covid-19 Strategy book for insurance 2020.
14. Dickson, P. G. M. (1960). *The Sun Insurance Office 1710–1960: The History of Two and a half Centuries of British Insurance*. London, England: Oxford University Press. p.324.
15. Federation of European Risk Management Associations.
16. G.Şebnem Uralcan. (2006). “Temel sigorta bilgileri ve sigorta sektörünün yapısal analizi”. Istanbul.
17. Insurance Information Institute. "What is homeowners insurance?". Retrieved 11 November 2008.
18. Irish Brokers Association. Insurance Principles Archived 11 April 2009 at the Wayback Machine.
19. Kettenbohrer, J., Eckhardt, A., and Beimborn, D. (2015). “A Theoretical Perspective on Meaningfulness of Work and the Success of Business Process Standardization Initiatives,” in 12. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik, Osnabrück, Germany.
20. Khusiainov T.M. (2017). Identichnost’ samozaniatykh internet-rabotnikov [Identity of self-employed internet workers]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Ser. Social Sciences*, vol. 45, no. 1, pp. 127–132. (In English).
21. Mete C (2008), *Economic implications of chronic illness and disability in Eastern Europe and the Former Soviet Union*. Washington, World Bank.
22. Miller, Nathan. (2019). "Insurance For Landlords: Protecting Your Investment". *Forbes*. Retrieved 27 October.
23. Schindler, R. M. (1994). *Consumer Motivation for Purchasing Low-Deductible Insurance*.
24. Škrinjar, R., and Trkman, P. (2013). “Increasing Process Orientation with Business Process Management: Critical Practices,” *International Journal of Information Management* (33:1), pp. 48–60.

25. Smith H, Fingar P (2006) Business Process Management: The Third Wave. Meghan-Kiffer Press
- Stallings W (2004) Operating Systems. Prentice Hall.
26. Strebkov D.O., Shevchuk A.V. (2008), Frilansery v informatsionnoi ekonomike: motivatsiia i organizatsiia truda [Freelancers in the Information Economy: Motivation and Organization of Labor]. Sotsial'naia real'nost', no. 1, pp. 23–39. (In English).
27. Was die Industrie 4.0 den Beschäftigten bringt (2015) [What is Industry 4.0. Will bring to the working people]. Böckler Impuls, vol. 4, pp. 4–5. (In English)
28. World insurance reporting 2020 (book).
29. Zarei, B., Chaghoei, Y., and Ghapanchi, A. H. (2014). “Investigating the Relationship Between Business Process Orientation and Social Capital,” Knowledge and Process Management (21:1), pp. 67–77.

İnternet resursları

30. <http://www.fsa.gov.uk/static/pubs/speeches/julian-adams-carbon-lecture-2012.pdf>
31. <http://www.business.gov/manage/business-insurance/insurance-types.html>
32. <https://www.investopedia.com/features/industryhandbook/insurance.asp>
33. <http://azerbaijanleasing.com>
34. www.doingbusiness.org
35. www.stat.gov.az

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Boston analizinə daxil olan anlayışlar	40
Cədvəl 2: Boston analizinə daxil olan stratejik planlar	42
Cədvəl 3: Marketingin inkişafı üçün nümunənin verilməsi.....	43
Cədvəl 4: Boston analizinin 4 əsas faktoru.....	43
Cədvəl 5: Svot təhlilində güclü, zəif, tərəflər imkanlar və təhlükələr.....	45
Cədvəl 6: Marketingdə sahəvi mərkəzləşmələrin ardıcılığı.....	54
Cədvəl 7: Startup və sığorta şirkətləri üçün qurulan biznes planın hədəf nöqtələri	59
Cədvəl 8: Start-upda verilən ən çox suallar.....	60

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: Sığorta sahəsində iştirak edən 3 tərəf.....	13
Şəkil 2: Sosial Sığorta Təhlükəsizliyi.....	14
Şəkil 3: Qlobal sığortanın dünya praktikasında təcrübə formaları.....	16
Şəkil 4: Planaşdırma və biznes dizayn.....	18
Şəkil 5: Sığorta analizində tətbiq edilən meyarlar.....	19
Şəkil 6: PWC şirkətinin biznes araşdırması.....	20
Şəkil 7: Covid-19 sığortanın dəyişməsi istiqaməti.....	21
Şəkil 8: Dijital dəyişim mərhələləri.....	21
Şəkil 9: Covid-19 zamanı artırılmalı olan hədəf seqmentasiyası.....	25
Şəkil 10: Piramida üzrə risklərinanalizi.....	27
Şəkil 11: Ölkəmizdə olan sığorta problemləri.....	29
Şəkil 12: Biznesdə vacib olan 3 əsas faktor.....	37
Şəkil 13: Ümumi start-up zamanı lazım olan əsas resurslar.....	41
Şəkil 14: Auditoriyakütləsinə təsir edən 5 amil	47
Şəkil 15: Bazarda rəqabət qabiliyyəti olması üçün baş verən xarici faktorlar.....	48
Şəkil 16: Bazarda brend şirkətin qurulması üçün ehtiyac olan amillər	50
Şəkil 17: Florida sığorta şirkətinin idarəetmə prinsipləri.....	52
Şəkil 18: Biznes analizinin yaradılmasında əsas olan 3 amil.....	53
Şəkil 19: Bazar analitikasının funksiyaları.....	56