

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“SİĞORTA HADİSƏLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ İNNOVATİV
HƏLLƏRİN DÜNYA TƏCRÜBƏSİ VƏ ONLARIN AZƏRBAYCANDA
TƏTBİQİ İMKANLARININ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Paşazadə Zeynəb Fuad

BAKİ – 2022

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

BMDM-in direktoru:

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh

“ _____ ” **imza**

“ ____ ” _____ **2022-ci il**

“SİĞORTA HADİSƏLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ İNNOVATİV
HƏLLƏRİN DÜNYA TƏCRÜBƏSİ VƏ ONLARIN AZƏRBAYCANDA
TƏTBİQİ İMKANLARININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060403- Maliyyə

İxtisaslaşma: Sığorta işinin təşkili

Qrup: 626

Magistrant:

Paşazadə Zeynəb Fuad qızı

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

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

_____ **imza**

Program rəhbəri:

i.ü.f.d., Vəliyev Cəbrayıl Xəlil oğlu

_____ **imza**

Kafedra müdiri:

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

_____ **imza**

BAKİ – 2022

Elm andı

Mən, Paşazadə Zeynəb Fuad qızı and içirəm ki, “Sığorta hadisələrinin tənzimlənməsində innovativ həllərin dünya təcrübəsi və onların Azərbaycanda tətbiqi imkanlarının qiymətləndirilməsi” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

SİĞORTA HADİSƏLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ İNNOVATİV HƏLLƏRİN DÜNYA TƏCRÜBƏSİ VƏ ONLARIN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARININ QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: Azərbaycanın sığorta sektorunda mövcud olan problemlərin öyrənilməsi və təhlil olunması, ölkədə sığorta sektorunun inkişaf etdirilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, sığorta sektorunda innovasiyanın həyata keçirilməsində qarşıya çıxan maneələri müəyyən etmək və bu sahədə elmi və praktiki əhəmiyyətli təklif və tövsiyələr hazırlamaq müasir dövr üçün mühüm əhəmiyyətlidir. Buna görə də Azərbaycanda sığortada innovativ həllərin araşdırılmasının zəruriliyi ön plana çəkilmişdir.

Tədqiqatın məqsədi: Dissertasiyanın əsas məqsədi sığorta sahəsində innovativ həlləri araşdırmaq və bu təcrübələrin Azərbaycanda tətbiq edilməsinin ehtimalını öyrənməkdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Tədqiqat işində tarixi, məntiqi, analiz, sintez, induksiya, deduksiya metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazası qismində sığorta sektoruyla bağlı yerli və xarici ədəbiyyatlar, Dövlət Statistika Komitəsinin, Nazirlər Kabinetinin illik hesabatları, müxtəlif elmi konfransların məlumatları çıxış edir. Sığorta fəaliyyətinin öyrənilməsi zamanı alətlərinin səmərəliliyinin artırılması yollarının müəyyən aspektlərini milli iqtisadçılardan və elmi tədqiqatlarından araşdırmışam.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Tədqiqatın aparılması zamanı bir sıra məhdudiyyətlər ortaya çıxmışdır. Bu məhdudiyyətlərə Azərbaycanda sığorta sektorunda innovasiya ilə bağlı informasiyaların az olmasını aid etmək olar.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Elmi işin gözlənilən nəticələri sığorta sahəsindəki ən son yeniliklərin araşdırılması və lider sığorta şirkətlərində istifadə olunan innovasiyaların ortaya qoyulması və Azərbaycandakı hal-hazırda mövcud olan sığorta bazarının vəziyyətinin təhlil edilərək təkliflərin hazırlanmasıdır.

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Dissertasiya işinin nəticələri Azərbaycanda sığorta sektorunda əsas innovativ həllərin aşkar edilməsi və perspektivlərin müəyyən edilməsi üçün əsas ola bilər.

Açar sözlər: Sığorta, innovasiya, innovativ həll, sığorta polisi

WORLD EXPERIENCE OF INNOVATIVE SOLUTIONS IN THE REGULATION OF INSURANCE CLAIMS AND ASSESSMENT OF THEIR APPLICATION IN AZERBAIJAN

SUMMARY

The actuality of the subject: Study and analysis of the existing problems in the insurance sector of Azerbaijan, identification of directions for the development of the insurance sector in the country, identification of obstacles to innovation in the insurance sector and development of scientific and practical proposals and recommendations in this area is. Therefore, the need for research of innovative solutions in insurance field of Azerbaijan has been prioritized.

The purpose of the research: The main purpose of the dissertation is to study innovative solutions in the field of insurance and the possibility of applying these practices in Azerbaijan.

Used research methods: Methods such as history, logic, analysis, synthesis, induction, deduction, scientific abstraction were used in the research.

The information source of the research: The research information source includes local and foreign literature on the insurance sector, annual reports of the State Statistics Committee and the Cabinet of Ministers, information from various scientific conferences. During studying the insurance business, I have researched certain aspects of ways to increase the efficiency of instruments from national economists and scientific research.

Restrictions of the research: A number of limitations emerged during the study. These limitations include the lack of source on innovation in the insurance sector of Azerbaijan.

The innovation and practical results of the research: The expected results of the research are the study of the latest innovations in the field of insurance and the introduction of innovations used in leading insurance companies and the preparation of proposals by analyzing the current insurance market in Azerbaijan.

Scientific-practical significance of results: The results of the dissertation can be the basis for the identification of key innovative solutions and prospects in the insurance sector in Azerbaijan.

Keywords: *Insurance, innovation, innovative solution, insurance policy*

İXTİSARLAR

ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
ASC	Açıq Səhmdar Cəmiyyət
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
OECD	İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı
İT	İnformasiya Texnologiyaları
FinTech	Maliyyə və texnologiya
IoT	Əşyaların interneti

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. SİĞORTA VƏ İNNOVASIYANIN KONSEPTUAL ƏSASLARI VƏ MAHİYYƏTİ.....	12
1.1. Sığorta anlayışı, sığorta bazarı, sığorta bazarının subyektləri və sığortanın növləri.....	12
1.2. Dünyada və Azərbaycanda sığortanın inkişaf tarixi.....	21
1.3. İnnovasiya konsepti, innovasiya sistemlərinin mənbələri və strategiyaları.....	27
II FƏSİL. SİĞORTA SEKTORUNDA İNNOVASIYA VƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏDƏ İNNOVASIYALARIN TƏTBİQ SƏVİYYƏSİ.....	35
2.1. Sığorta sektorunda innovasiyanın tətbiqi və ortaya çıxan çətinliklər.....	35
2.2. Azərbaycanda sığorta sektoru iştirakçılarının təhlili və qiymətləndirilməsi	37
2.3. İnkişaf etmiş ölkələrin sığorta sistemindəki innovativ həlləri və qlobal sığorta bazarındakı lider şirkətlərin təmsalında innovasiya fəaliyyəti	43
III FƏSİL. SİĞORTA HADİSƏLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ MÜTƏRƏQQİ DÜNYA TƏCRÜBƏLƏRİNİN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI.....	53
3.1. Sığorta hadisələrinin tənzimlənməsində Kanada, Türkiyə, Fransa təcrübəsi və Azərbaycanla müqayisəsi	53
3.2. Sığorta hadisələrinin tənzimlənməsində innovativ həllərin Azərbaycanda tətbiqi imkanları	63
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	69
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	74
Şəkillərin siyahısı.....	79
Cədvəllərin siyahısı.....	79
Qrafiklərin siyahısı.....	79

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Əsrlər boyu inkişaf etmiş sosial həyatda insan yaşayışının əsasını təhlükəsizlik ehtiyacı təşkil edir. Müasir dövrdəki sosial həyat və inkişaf etmiş texnologiya ilə insanlar həyatlarını daha çox təhlükəsiz şəkildə yaşamaq imkanı əldə edirlər. Sığortanın mövcud olmasının əsas səbəbi hər gün daha çox rastlaşılan bu təhlükələrə qarşı insanların özlərini təhlükəsiz hiss etmə ehtiyacını ödəməkdir. Çünki hər cür ehtiyat tədbirləri görülsə də, insan hələ də ağına gəlməyən çoxlu və müxtəlif təhlükələrlə üz-üzədir.

Sığortanın əsas funksiyası alınacaq ehtiyat tədbirləri ilə qəfil və gözlənilməz hadisələrin zərərli nəticələrini mümkün qədər azaltmaq və ya aradan qaldırmaq və beləliklə də fərdlərə qeyri-müəyyənliyə qarşı təminat verməkdir. Yəni insanların yarana biləcək təhlükənin dərk edilməsi nəticəsində heç bir zərər və itki görməmiş kimi həyatlarını davam etdirmələrini təmin etməkdir. Müasir dövrdə texnoloji inkişaf öz töhfəsini sığortaya da verməyə başlamışdır. Beləliklə ənənəvi sığorta fəaliyyəti yeni innovativ elementləri də özünə qatararaq daha da müasir bir hal almışdır. Müxtəlif ölkələrdə İnsurtech adını almış yeni innovativ sığorta sahəsi Azərbaycanda daha yeni-yeni bilinməyə başlamışdır. Belə ki, Azərbaycanın sığorta sektorunda mövcud olan problemlərin öyrənilməsi və təhlil olunması, ölkədə sığorta sektorunun inkişaf etdirilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, sığorta sektorunda innovasiyanın həyata keçirilməsində qarşıya çıxan maneələri müəyyən etmək və bu sahədə elmi və praktiki əhəmiyyətli təklif və tövsiyələr hazırlamaq müasir dövr üçün çox əhəmiyyətlidir. Buna görə də Azərbaycanda sığortada innovativ həllərin araşdırılmasının zəruriliyi ön plana çəkilmişdir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Dissertasiyada sığortada innovativ həllər araşdırılması əsasən xarici ədəbiyyat nümunələri əsasında əldə edilən məlumatlar ortaya qoyulmuşdur. Özəlliklə insurtech sahəsində Kanada və Türkiyə təcrübələrinə müraciət olunmuşdur. Azərbaycanda bu məsələlərlə bağlı daha əvvəlki araşdırmalar məhdud olduğu üçün xarici ədəbiyyatlardan istifadə olunmuşdur.

Sığorta fəaliyyətinin öyrənilməsi zamanı alətlərinin səmərəliliyinin artırılması yollarının müəyyən aspektlərini milli iqtisadçıların elmi tədqiqatlarından, məqalələrindən araşdırılmışdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Dissertasiyanın əsas məqsədi sığorta sahəsində innovativ həlləri araşdırmaq və bu təcrübələrin Azərbaycanda tətbiq edilməsinin ehtimalını öyrənməkdir. Bu məqsədə çatmaq üçün tədqiqatın aşağıdakı vəzifələri müəyyən edilmişdir:

- Sığortanın mahiyyətinin, funksiyalarının və ölkə iqtisadiyyatındakı rolununun öyrənilməsi,
- İnsurtech sahəsində beynəlxalq təcrübənin Türkiyə və Kanada təmsalında öyrənilməsi,
- Azərbaycanda sığorta bazarının müasir vəziyyətinin təhlil edilməsi,
- Azərbaycanda hal-hazırda sığorta bazarındakı mövcud innovativ həllərin öyrənilməsi,
- Azərbaycanda mövcud sığorta bazarında innovativ elementlərin istifadə olunması ilə bağlı təkliflərin verilməsi.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Dissertasiya işinin obyekt kimi sığorta iqtisadiyyatda güclü və sağlam yer tutmaq üçün sığorta sektorumuzdakı inkişaf problemlərini, sığorta sektorundakı göstəriciləri göstərmək olar. Tədqiqat işinin predmeti isə sığorta bazarına təsir göstərən innovativ amillərin tədqiqatıdır.

Tədqiqatın metodları: Tədqiqat işində tarixi, məntiqi, analiz, sintez, induksiya, deduksiya, elmi abstraksiya kimi metodlardan istifadə edilmişdir.

Tarixi metod vasitəsilə Azərbaycanda Sığorta sektoru, onun ayrı-ayrı sahələri yarandığı tarixi ardıcılıqla şərh edilmişdir. Sığorta sektorunun inkişafı, bu sahə üzrə əsas göstəricilərin dəyişməsi isə məntiqi metod vasitəsilə araşdırılmışdır.

Analiz və sintez metodu. Analiz metodunda Azərbaycanın sığorta sektoru bütöv bir sistem kimi götürüləcək, elmi təfəkkür yolu ilə hissələrə ayrılmışdır. Bu metodla sığorta sektorunun hər bir sahəsi ayrılıqda təhlil edilmişdir. Bu isə sığorta sektorunun əsas tərəflərini və əsas xüsusiyyətlərini daha yaxşı araşdırmağa imkan vermişdir. Ümumiyyətlə, analiz və sintez metodu tədqiqat işində əsas cəhətlərin

araşdırılmasında və problemlərin üzə çıxarılmasında mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir.

İnduksiya və deduksiya metodu. İnduksiya metodunda faktlardan nəzəriyyəyə, xüsusidən ümumiyyə hərəket nəzərdə tutulur. Bu metodda əvvəlcə iqtisadi prosesə dair faktlar toplanır və sistemləşdirilir.

Deduksiya metodunda isə ümumidən xüsusiyyə, nəzəriyyədən faktlara hərəket nəzərdə tutulur. Bu vasitəsilə toplanan faktlar əsasında müxtəlif prinsiplər, nəticələr və tövsiyyələr hazırlanmışdır.

Elmi abstraksiya metodu. Elmi abstraksiya metodunda isə müşahidə edilən hadisələrin, proseslərin mühüm cəhətləri aşkarlanır və nəzəri ümumiləşdirilir. Tədqiqat işində ikinci mənbədən məlumat toplama metodlarından daha çox istifadə edilmişdir. Bu metodda tədqiqatı həyata keçirən şəxslər məqsədə nail olmaq üçün qabaqcadan toplanmış hazır məlumatlardan istifadə edirlər. Bu məqsədlə dissertasiya işində müxtəlif kitablardan, Azərbaycanda sığorta sektoru haqqında əvvəl aparılmış tədqiqat işlərindən, internet saytlarından elmi jurnallardan və s. istifadə olunmuşdur.

Bunlardan əlavə tədqiqat işində müxtəlif proseslər arasındakı əlaqə və asılılıqları göstərmək üçün, inkişaf qanunauyğunluqlarını müəyyən etmək üçün qrafiklərdən istifadə ediləcək. Çünki qrafiklər məlumatları daha yaxşı başa düşməyə, daha yaxşı mənimsəməyə, prosesləri dərinlən təhlil etməyə imkan verir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Dissertasiya işində ədəbiyyatlardan, elmi əsərlərdən, internet resurslarından, rəsmi dövlət saytlarından istifadə olunmuşdur. Həmçinin sığorta sektoru ilə bağlı yerli və xarici ədəbiyyatlardan, jurnallar və məqalələrdən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Sığorta sektorunun inkişaf etdirilməsi hazırda Azərbaycanda aktual bir mövzu olduğu üçün bu sahədə kifayət qədər tədqiqatlar aparılmışdır. Lakin sığorta sektorunda dünya təcrübəsində innovasiyaların tətbiqi ilə bağlı kifayət qədər elmi ədəbiyyatlar və nümunələr olsa da Azərbaycanda bu mövzuyla bağlı ədəbiyyat nümunəsinə rast gəlinməmişdir. Bu da tədqiqatın bu mərhələsində bəzi məhdudiyyətlər yaratmışdır.

Tedqiqatın elmi yeniliyi: İstehlakçı davranışına təsir göstərən amillər təhlil edilmiş, turizm sektorunda istehlakçı davranışının əhəmiyyəti və zəruriliyi qeyd edilmişdir. Turizm sektorunun ölkəmizin iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyətliyi əsaslandırılmışdır.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Ölkəmizin iqtisadiyyatı üçün sığorta sektoru vacib sahələrdən biridir. Sığorta ölkəmizdə hər zaman inkişaf edən və etməkdə olan sektorlardan biridir. Həmçinin sığorta sektorunu təhlil edərək elmi işin gözlənilən nəticələrini aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

- Sığorta sahəsindəki ən son yeniliklərin araşdırılması və lider sığorta şirkətlərində istifadə olunan innovasiyaların ortaya qoyulması;
- Türkiyədə və Kanadada İnsurTech sahəsinin mövcud durumunun araşdırılması;
- Azərbaycandakı hal-hazırda mövcud olan sığorta bazarının vəziyyətinin təhlilinin nəticələri;
- Araşdırılan təcrübələrə əsasən Azərbaycanda həyata keçirilə biləcək təkliflərin hazırlanması.

Dissertasiya işində araşdırılan sığortada innovativ həllər və İnsutrech anlayışı Azərbaycanın sığorta şirkətləri tərəfindən nəzər alınmalıdır.

I FƏSİL. SİĞORTA VƏ İNNOVASIYANIN KONSEPTUAL ƏSASLARI VƏ MAHIYYƏTİ

1.1. Sığorta anlayışı, sığorta bazarı, sığorta bazarının subyektləri və sığortanın növləri

İnsanın həyatı və mal varlıqları həmişə çoxsaylı təhlükələrlə üzləşir. Xalq dilində təhlükə və ya qəza kimi tanınan bu terminlər sığorta dilində risk adlanır. Risk insanın pulla ölçülə bilən marağını təhdid edən və baş vermə ehtimalı olan təhlükədir, başqa bir tərifə görə isə mütləq olmayan, sığortalının və sığortaçının iradəsindən kənar bir şəkildə gələcəkdə baş verə biləcək hadisədir. Üç əsas risk mənbəyi var. Bunlar sosial, fiziki və iqtisadi risklərdir. Sosial risklərin mənbəyi fərdlərin davranışıdır. Fiziki risklər insanlar tərəfindən edilən səhvlərdən və ya təbii şəkildə insanların iradəsindən asılı olmayan hadisələr nəticəsində yaranır. İqtisadi risklərin əsasını isə mövsümi olaraq iqtisadi və biznes tsiklindəki dalğalanmalar təşkil edir. Sosial risk mənbələrinə oğurluq, yağın və qəzalar, fiziki risk mənbələrinə yanğın, hava şəraiti, sürüşmə və zəlzələlər, iqtisadi risklərə isə böhranlar, inflyasiya, bazar konyunkturasının dəyişməsi, tələb və təklif balansının pozulması daxildir.

İnsanların həyatlarında qarşılaşdıqları və ya qarşılaşa biləcəkləri risklərə qarşı tədbir görmə zərurəti sığortanın yaranmasında böyük rol oynayır. Bu səbəbdən sığortanın ilk elementinin fərdlərin gələcəkdə qarşılaşa biləcəkləri risklərə qarşı özlərini təhlükəsiz hiss etmə istəyi olduğu düşünülür.

Sığorta anlayışı latın sözü olan “sicurta” sözündən gəlir, əminlik deməkdir və eyni risk təhlükəsi altında bir cəmiyyətin bir araya gəlməsi və birlikdə yarana biləcək zərərlərə qarşı müqavimət göstərməsi kimi müəyyən edilir (Yayla Ş.O., 2019: s.108). Sığortanın məqsədi baş verəcək zərərin qarşısını almaq deyil, bu zərəri qrup üzvləri arasında bölüşdürmək, zərər yükünü qrupun hər bir üzvü üçün daşına bilən etməkdir.

Sığorta, fərdlərin qarşılaşa biləcəkləri mümkün təhlükə və ya risklərin iqtisadi nəticələrini aradan qaldırmaq və təhlükə ilə qarşılaşmazdan əvvəl onları hazır maddi vəziyyətə gətirmək üçün istifadə edilən sistemdir. Bu sistemdə reallaşdırılan risklərdən yaranan zərər sığortaçı tərəfindən ödənilir. Bu ödənilən təzminatlar həm

zərərçəkmiş sığortalılardan, həm də digər sığortaolunanalardan alınan sığorta haqları hesabına ödənilir. Beləliklə sığortanın ikinci elementi olan risklərin bölüşdürülməsi prinsipi ortaya çıxır. Xülasə olaraq demək olar ki, sığorta gələcəkdə baş verə biləcək, insanların həyatına, əmlakına və ya üçüncü şəxslərə zərər verə biləcək hadisələrə qarşı qabaqlayıcı təminat, təmin edən üsul və ya sistemdir (Yayla Ş.O., 2019: s.108).

Sığorta, gözlənilən və ya proqnozlaşdırıla bilən itkiləri kompensasiya etmək üçün fiziki şəxslər tərəfindən ödənilən az miqdarda ödənişləri birləşdirərək itkiləri kompensasiya edən sistemdir. Sığortanın bəzi mühüm elementlərini aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

- Sözügedən risklərin gələcəkdə baş vermə ehtimalı olmalıdır. Əgər risk artıq yaranıbsa və ya gələcəkdə yaranmayacaqsas, sığortaya məruz qalmır.
- Sığorta edilən bu riskin gələcəkdə yarana biləcəyi ehtimalına görə sığorta haqqı ödəməlidir.
- Sığortalanmaq üçün maraqlı olmalıdır (şəxs və ya təşkilatın pulla ölçülə bilən iqtisadi dəyəri).
- Risk baş verdiyi halda sığortaçı kompensasiya ödəməyi öhdəsinə götürür.

Hər bazarda olduğu kimi sığorta bazarında da alıcı və satıcılar sığorta bazarının əsas tərəfləri olaraq iştirak edirlər. Bu bazarda satıcılara sığortaçı alıcılara isə sığorta edilən deyilir. Sığorta alıcıları həm fiziki şəxs, həm də hüquqi şəxs alıcı ola bilər. Ümumilikdə, fiziki şəxs olaraq sığorta edilənlər evlərini, avtomobillərini və ya həyatını, hüquqi şəxslər isə iş yerlərini, mallarını, maşın və avadanlıqlarını və s. sığorta edirlər.

Sığortalı və sığorta edilənlər fərqli və ya eyni şəxslər ola bilər. Məsələn üçün deyək ki, evi və avtomobili sığortalanan şəxs sığortalı və sığorta edən sayılır. Ancaq həyat yoldaşının qəza sığortası olan şəxs isə sığortalı deyil, sığorta edən sayılır.

Sığorta sistemində hər kəs tərəfindən qəbul edilən və qanunlarla dəstəklənən prinsiplər sığortanın ümumi prinsipləri adlanır. Sığortanın ümumi prinsiplərini sığortanın əsas prinsipləri kimi göstərmək olar. Sığortanın əsas prinsipləri sığorta praktikasının əsasını təşkil edir. Bu prinsiplər Azərbaycanda qanunlarla dəstəklənir.

Bir çox ölkələrdə sığortanın ümumi prinsipləri eyni olsa da, ölkələr arasında müxtəlif hüquqi təcrübə fərqləri də mövcuddur. Sığortanın ümumi prinsipləri və bu prinsiplərin izahı aşağıdakılardır (Sağim C., Işik H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46);

- Sığortalana bilən mənfəət prinsipi
- Maksimum Qudvil prinsipi
- Xoş niyyət prinsipinin
- Kompensasiya prinsipi
- Zərərdə iştirak prinsipi
- Yaxın səbəb prinsipi

Sığortalana bilən mənfəət anlayışı insanla bir varlıq arasında mövcud olan iqtisadi əlaqəni təsvir etmək üçün istifadə olunur. Hər hansı əmlakı sığortalamaq üçün şəxslə həmin əmlak arasında hüquqi və etik iqtisadi maraq münasibəti olmalıdır. Sığorta olunandan asılı olmayan hadisələrdən asılı olaraq, siyasi, sosial və iqtisadi nəticələr baxımından böyük kütlələrə təsir etməyən risklər sığortalana bilən xüsusiyyətlər adlanır (Sağim C., Işik H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Lakin sığortanın inkişafı ilə xüsusilə iqtisadi baxımdan böyük kütlələrə təsir edən müharibə və terror kimi risklər üçün də artıq sığorta təminatı təklif olunur. Bundan əlavə iqlim dəyişikliyinə səbəb olduğu və təsadüfi olmayan, texnologiya, elmdəki inkişaf nəticəsində baş verə biləcək, gözlənilən təhlükələr sığortalana bilən risklər hesab edilə bilər. Sığorta olunan mənfəətin elementlərini aşağıdakı kimi sıralamaq olar (Sağim C., Işik H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46);

- Sığorta olunan əmlak, həyat, məsuliyyət sığortaya tabe olmalıdır.
- Sığorta subyekti ilə sığortanı həyata keçirən şəxs arasında maliyyə əlaqəsi olmalıdır, başqa sözlə, sığorta edilən riskin reallaşması nəticəsində zərərlərə məruz qalmalıdır.
- Sığorta edilən ilə sığorta subyekti arasındakı münasibət qanuni və pulla ölçülə bilən olmalıdır.

Bununla belə, qanuni mülkiyyətçi olmadan sığortalana bilən mənfəətə sahib olmaq mümkündür. Məsələn, ipoteka və girov hüququ, qəyyumluq, icarə hüququ. Sığortanın əsas prinsiplərindən biri olan maksimum xoşməramlılıq prinsipi

dürüstlük prinsiplərinə əsaslanır. Sığorta müqavilələri vicdanlılığın əsas prinsip kimi qəbul edildiyi müqavilələrdir. Bu prinsip sığorta edilən və sığorta şirkəti üçün də keçərlidir (Sağim C., Işık H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: s. 42-46).

Xoş niyyət prinsipinə uyğun olaraq, hər iki tərəfin bir-birinə tam məlumat verməsi vacib məsələdir. Yanlış və ya natamam məlumat verildiyi halda, müqaviləyə təsirindən və ya sığortaçının qəsdən pis niyyətindən asılı olaraq sığorta şirkəti tərəfindən müqaviləyə xitam verilir və ya kompensasiya ödənilmir. Bu prinsipə əsasən, sığorta edilən zərər baş verdikdən sonra sanki sığorta edilən deyilmiş kimi davranmalı, zərərin azaldılmasına köməklik göstərməli və zərərin müəyyən edilməsində sığortaçıya köməklik göstərməlidir. Sığorta şirkəti zərər dəydikdə, sığorta edilənin mənəvi və maddi itkilərə məruz qalmasının qarşısını almaq üçün müəyyən edilmiş zərərin məbləğini qısa müddətdə ödəməli və kompensasiyanın ödənilməsi prosesində müştəriyə düzgün və tam rəhbərlik etməklə bu prosesi asanlaşdırmalıdır. Sığortaçı vicdanlılıq prinsiplərinə sadıq qalaraq, sığorta müqaviləsinin bağlanması və davam etdirilməsi zamanı sığorta ilə bağlı texniki məsələlərdə sığorta edilənə köməklik göstərməyə, müqavilənin predmeti olan sığorta təminatı və sığorta müqaviləsinin fəaliyyəti haqqında mühüm məlumatları çatdırmağa borcludur (Sağim C., Işık H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Sığortanın varlığından bəhs etmək üçün bir marağın olması, təminat verə bilmək üçün isə riskin olması lazımdır. Riskin mövcudluğu prinsipində riskin baş vermə ehtimalının aşağı və ya yüksək olması da mükafat dərəcələrində böyük rol oynayır. Sığorta müqavilələrinə əsasən sığortaçı sığorta haqqı müqabilində pulla ölçülə bilən sığorta faydasına ziyan vuran risk, təhlükə zamanı üzərinə götürdüyü sığorta ödənişini ödəməyə borcludur. İddianın baş verməsi sığortalanmış əmlakın itirilməsindən asılıdır. Malın bərpası və zərərin ödənilməsi kompensasiya prinsipinin tələbidir. Dəymiş zərərin əvəzi nağd şəkildə ödənilə bilər və ya təmir olunaraq yenisi ilə əvəzlənə bilər. Sığortaçı ilə sığorta edilənin razılığı əsasında nağd ödənişdən başqa variantlar həyata keçirilə bilər (Sağim C., Işık H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Kompensasiya prinsipində yüksək və aşağı sığorta anlayışları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sığortanın az olması müqaviləyə daxil edilən sığorta məbləğinin sığortalanmış əmlakın ağlabatan və real dəyərindən az olması deməkdir. Sığorta edilən ya bilmədən, ya da daha az sığorta haqqı ödəmək məqsədi ilə əmlakın faktiki dəyərindən aşağı qiymətə bəyan edir. Sığortanın az olması halında sığorta edilənin məruz qalacağı itkilər nəticəsində maddi itkiləri tam ödənilə bilməz (Sağim C., Işik H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Artıq sığorta isə müqavilədə sığorta məbləğinin real və məqbul dəyərindən yuxarı olması deməkdir. Sığortanın əsas prinsipi əsasında sığortalının üzləşəcəyi maliyyə itkilərinin ödənilməsi məqsədi daşıyır və sığorta məbləği sığortalı tərəfindən müxtəlif səbəblərdən onun real və ağlabatan dəyərindən yuxarı bəyan edilir. Lakin sığorta şirkəti həmin əmlakın tam zədələnməsi halında onun real dəyərini ödəməli və ya əvəz etməli olduğu üçün belə halda sığortalı isə lazım olandan artıq sığorta haqqı ödəmiş olacaq. Sığorta məbləğinin sığorta dəyərindən fərqli olduqda, kompensasiya ödənişlərində problem yaranmaması üçün sığorta məbləği sığorta dəyərinə bərabər olmalıdır (Sağim C., Işik H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Əmlak sığortasında bəzən əmlak eyni və ya fərqli tarixlərdə bir neçə sığortaçıları tərəfindən sığortalana bilər. Belə vəziyyət çoxlu sığorta adlanır. Sığortalı bir neçə müqavilənin mövcud olduğu hallarda, sığorta müqaviləsi olan sığorta şirkətlərindən birinə dəyən zərər barədə məlumat verməli və kompensasiya üçün müraciət etməlidir.

Zərəre səbəb olan ən təsirli və dominant səbəbə yaxın səbəb prinsipi deyilir. Sığorta müqaviləsinin əhatə etdiyi riskə görə kompensasiyanın ödənilməsinə əsaslanan prinsipdir. Məsələn, fərdi qəza sığortası olan şəxs iş yerində pilləkənlərdən yığılaraq vəfat edərsə, kompensasiya sığorta şirkəti tərəfindən ödənilir. Lakin bu şəxs pilləkənlərdən yığılmamış beyin qanaması nəticəsində dünyasını dəyişibsə, sonra pilləkənlərdən yığılıb və ya beyin qanaması nəticəsində yığılıb vəfat edibsə, fərdi qəza kompensasiyası ödənilə bilməz.

Təxmini səbəb prinsipinə görə, zərərin səbəbi sığorta müqaviləsi ilə təmin edilməlidir, yəni zərərin səbəbi müqavilədə xüsusi və ümumi şərtlərdə göstərilən təminat çərçivəsində olmalıdır. Sığortalı ilə sığortaçı arasında mübahisələrin çoxu məhz bu prinsipə görə yaşanır. Sığortalının dəyən zərəre görə sığorta şirkətindən tələb irəli sürməsi üçün sığorta müqaviləsi çərçivəsində dəyən zərər ödənilməlidir. Yuxarıda qeyd olunan anlayışların məzmunu araşdırıldıqda sığortanın bir növ risklərin idarə edilməsi texnikası olduğunu söyləmək olar. Şəxslə sığorta şirkəti arasında aparılan sığorta əməliyyatında şəxs pul verməklə riskdən qorunur, şirkət isə tələb etdiyi məbləğləri investisiyaya yönəldir. Bu mənada sığorta sektoru ölkə iqtisadiyyatına dəstək verir (Sağim C., Işik H., Kəpçə Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Bunlara əlavə olaraq, sığorta sisteminin bəzi funksiyalarını aşağıdakı kimi bölmək olar (Разумовская, Е. А., 2016: ss. 12-14):

- Həm fərdlər, həm də korporativ strukturlar üçün sosial həyatda təhlükəsiz mühiti təmin edir;
- Qənaət xüsusiyyətinə görə kapitalın formalaşmasına səbəb olur;
- İnsanların rahatlıq, təhlükəsizlik ehtiyaclarının ödənilməsinə və beləliklə də həmrəyliyin formalaşmasına dəstək verir;
- Beynəlxalq əlaqələri inkişaf etdirir və onları ölkə məqsədləri ilə inteqrasiya edir;
- Maliyyə və iqtisadi sabitliyinin təmin edilməsi istiqamətində səylərdə fəaldır;
- Biznesin davamlılığı baxımından kommersiya həyatına canlılıq qatır və sahibkarlara dəstək olur;
- Fərdlərin sosial təminat proqramlarını optimal səviyyədə saxlayır;
- Təhlükələrin çox daha təsirli idarə edilməsini həyata keçirir.

Sığorta növləri özəl və sosial sığorta olmaqla iki yerə bölünür. Dövlətin qanunları ilə sosial sığortalar icbari olaraq tətbiq edilsə belə, fiziki şəxslər könüllü olaraq özəl sığortaya müraciət edirlər (Gümüş U.T. və Özdemir S., 2018: s.4).

Fiziki şəxslərin sığortaya müraciətinə görə özəl sığortalar iki yerə bölünür. Birincisi həyat sığortası, ikincisi isə qeyri-həyat sığortasıdır (Yayar, Daşcı, 2020: s. 21).

Həyat sığortası sığortalının həyatını və ya bədənini risklərdən qorumaq üçün sığorta şirkətlərinə müəyyən mükafatlar ödəməklə, gələcəkdə yarana biləcək risklərin maddi ölçülərini əks etdirməyə imkan verən sığorta növü kimi müəyyən edilir. Ümumiyyətlə, həyat sığortaları ölümlə bağlı sığorta, əmanətlə bağlı sığorta və fərdi qəza sığortası kimi üç qrupa bölünür (Yayar R. və Daşçı A. N., 2020: s.21).

Gündəlik həyatda insanlar bir çox təhlükələrlə üzləşirlər. Bunlara misal olaraq işləyə bilməmək, əlillik və ölüm kimi təhlükələri göstərmək olar. Bunlara əlavə olaraq yaşlanma və işsizlik də qazanc əldə etməyə mane olan təhlükələr sırasındadır. Həyat sığortasında riskin baş verməsi üçün şəxsin gəliri dayanmalıdır. Qəza, işsizlik, ölüm kimi səbəblərdən yaranan bu təhlükə şəxsə və ya yaxınlarına ziyan vurur. Belə olan halda əvvəllər həyata keçirilmiş həyat sığortası varsa, bu itkini ödəyəcək və insanların şikayətlərini aradan qaldıracaq. İllərdir sığorta şirkətləri müxtəlif üsullarla bu tələblərə cavab verən cədvəllər yaradırlar. Bu cədvəllərə həyat cədvəlləri deyilir. Sığorta şirkətləri bu cədvəllərlə müqavilə müddətində təxminən nə qədər sığortalının zərər görəcəyini və ya həyatını itirəcəyini müəyyənləşdirməyə və bunun əsasında nə qədər sığorta ödəyəcəklərini müəyyənləşdirməyə çalışır. Burada təxmini məlumatlar olsa da, ümumilikdə şirkətlərin təminatları və risklərdə ediləcək ödənişlər haqqında ilkin məlumatlar verilir. Həyat sığortasını həyata keçirən digər amil isə şəxsin ölümündən sonra ona bağlı olan insanları sığortalamaq istəyidir. Bu cür hallarda şəxsin həyatı sığorta müqaviləsinin əsas predmetidir və ölüm halında ödənişlər müqavilədə göstərilən şəxslərə və ya onların qanuni varislərinə edilir (Sağim C., Işık H., Kepçe Ö. və Sağim Z., 2021: ss. 42-46).

Qeyri-həyat sığortası, başqa sözlə, əmlak və məsuliyyət sığortası müəyyən mükafatlar müqabilində sığortalının qeyri-maddi və ya maddi aktivlərini təmin edir. Gündəlik həyatda bir çox fərqli növləri olan qeyri-həyat sığortasına misal olaraq: yanğın sığortası, qəza sığortası, sağlamlıq sığortası, nəqliyyat sığortası və kənd təsərrüfatı sığortası verilə bilər (Yayar R. və Daşçı A. N., 2020: s.22).

Yanğın sığortası, şəxsi və ya kommersiya fərqi qoyulmadan bütün binalar, nəqliyyat vasitələri, iş yerləri kimi müxtəlif ərazilərdə yanğın və ildırım vurması kimi təsadüfi vəziyyətlərin törətdiyi təhlükələr nəticəsində yaranan zərərlərin

sığortalandığı sığorta sahəsidir. Yanğın sığortası yanğından sonrakı bütün növ zərərləri əhatə etmir. Bunun üçün sığortanın əhatə etdiyi müqavilədə açıq şəkildə göstərilən təhlükələr baş verməlidir (Sağim C., Işık H., Kepece Ö. və Sağim Z., 2021: s. 42-46).

Qəza hadisələrindən sığortalar bu hadisələrdən sonra insanların üzləşdiyi maddi və fiziki zərərləri ödəmək və ya onların müalicəsi üçün tələb olunan məbləğləri ödəmək üçün edilir. Tibbi sığortalar tibbi dərmanlar, yardım və dəstək kimi hər cür xərcləri əhatə edir. Sığorta polisində göstərildiyi kimi sağlamlıq problemləri üçün tam və ya müəyyən bir məbləğə qədər sığorta təklif edilir. Sağlamlıq sığortası ilə əhatə olunmayan hallara misal olaraq narkotiklərin səbəb olduğu sağlamlıq problemləri və inqilab və iğtişaşlar zamanı sağlamlıq təhlükələri ola bilər.

Nəqliyyat sığortasını digər sığorta növlərindən fərqləndirən ən önəmli xüsusiyyəti nəqliyyat vasitəsi çatmaq istədiyi təyinat yerinə çatana qədər sığorta çərçivəsində qalmasıdır. Kənd təsərrüfatı sığortası əkinçilik və heyvandarlıq sahələrində baş verən zərərləri ödəmək üçün edilən sığortalara verilən addır.

Azərbaycan Respublikasının 25 dekabr 2007-ci il tarixli 519-IIIQ nömrəli “Sığorta fəaliyyəti haqqında” qanununun 16-cı maddəsinə əsasən Azərbaycanda sığorta növləri dedikdə sığortaçılar tərəfindən bir və ya bir sıra sığorta sinifləri üzrə sığorta edilənlərə təqdim edilən sığorta məhsulu başa düşülür. Azərbaycanda bağlanmış sığorta müqaviləsinin sığorta növləri iki kateqoriyaya bölünür (Sığorta fəaliyyəti haqqında qanun, 2007):

- icbari sığorta
- könüllü sığorta

İcbari sığorta 4 mart 2016-cı il tarixli 148-VQD nömrəli “İcbari sığortanın növləri haqqında” Qanunla tənzimlənir, bu Qanun Respublikanın icbari sığortasını dörd növə ayırır:

- Əmlak;
- Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin;
- Sərnişin;

- Daşınmaz əmlakın istismarında hüquqi məsuliyyətin sığortası.

Daşınmaz əmlakın icbari sığortası Qanununun 2-ci hissəsinə əsasən daşınmaz əmlak yanğından zədələnmə və ya dağılma nəticəsində hər hansı itki ilə nəticələnə bilən digər hadisələrdən icbari sığortaya cəlb edilir. Bu məqsədlər üçün binalar, yaşayış, qeyri-yaşayış sahələri, mənzillər, habelə dövlət əmlakı üzərində mülkiyyət hüququ olan bütün hüquqi və fiziki şəxslər icbari sığortaya cəlb edirlər. Sökülməsi qərara alınmış və ya qəza vəziyyətində olan əmlak sığortalana bilməz (İcbari sığorta haqqında qanun, 2011).

Sərnişin sığortası hava, su, dəmir yolu və avtomobil nəqliyyatı ilə göstərilən xidmətlər, nəqliyyat xidmətlərinin göstərilməsi zamanı baş verə biləcək bədbəxt hadisələrdən sərnişinlərin həyat və sağlamlıq sığortası ilə bilavasitə bağlı olan sərnişindaşıma sığortasının növüdür. Bu sığorta növü icbari fərdi qəza sığortasıdır.

Daşınmaz əmlakın istismarında hüquqi məsuliyyətin sığortası daşınmaz əmlakın istismarına, o cümlədən üçüncü şəxslər tərəfindən aparılan yenidənqurma, təmir və ya s. işlərlə əlaqədar tətbiq edilir. Könüllü sığorta sığortaçılara yalnız həyat sığortası və ya qeyri-həyat sığortası (Ümumi sığorta) üzrə fəaliyyət göstərməyə imkan verir. Cədvəl 1-də Azərbaycanda qanunvericiliyə uyğun olaraq könüllü sığorta növlərinin təsnifatı verilmişdir. Praktikada siyahı xeyli genişləndirilib. Hazırda Azərbaycanın sığorta şirkətləri qanunvericiliklə müəyyən edilmiş təsnifata uyğun olaraq hazırlanmış 40-dan çox sığorta məhsulunu təklif edir.

Cədvəl 1: Azərbaycanda könüllü sığortanın təsnifatı

Həyat sığortası	Qeyri-həyat sığortası
1. Ölüm halında 2. Ömür boyu həyat sığortası 3. Annuitet sığortası, ailə başçısını itirmək, işsizlik və şəxsi gəlirin azalmasına və ya ondan məhrum edilməsinə səbəb olan digər hallar 4. Əlillik sığortası 5. Sağalmaz xəstəliklərdən sığorta	Sığorta obyektinə görə fərdi sığorta: 1. Bədbəxt hadisələrdən və xəstəliklərdən fərdi sığorta 2. Sağlamlıq sığortası 3. Səyahət sığortası Əmlak sığortası: 1. Əmlakın yanğından və digər risklərdən sığortası 2. Avtomobil sığortası 3. Dəmir yolu nəqliyyat vasitələrinin sığortası 4. Hava nəqliyyatı sığortası 5. Su nəqliyyatı vasitələrinin sığortası 6. Yüklər sığortası 7. Məhsulların yanğı, təbii fəlakətlər, xəstəliklər, zərərvericilərin yayılması və ya hücumundan sığortası

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

1.2 Dünyada və Azərbaycanda sığortanın inkişaf tarixi

İndiki təcrübəyə çox bənzəməsə də, sığortanın başlanğıcına təxminən eramızdan 4500 il əvvəl Misirdə rast gəlmək olar. Misirdə bəzi tacir qruplarının fond yaradaraq bu fonddan dünyasını dəyişənlərin ailələrinə yardım etdiyi qeyd edilir. Tədqiqatçılar da bildirirlər ki, 2250-ci ildə Babildə karvan tacirlərinə borc verən kapitalistlər karvanlar qarət olunarsa, tacirlərin borclarını silir, yəni bir növ sığorta tətbiq edirdilər (Yayla, 2019: s. 109).

Dövrün ticarət mərkəzi olan Babildə karvan tacirlərinə borc verən kapitalistlər, karvanların soyulması və ya fidyə ödəməsi halında tacirlərin borclarını silir, digər tərəfdən tacirlər borclarını yerinə yetirdikdə, kapitalistlər daşdıqları risk müqabilində əsas borcun məbləğindən bir qədər pul alırdılar. Tacirlərlə borc

verənlər arasında Darmatha adlı müqavilə bağlanırdı. Bu hadisə sonradan bütün bölgədə geniş yayıldı və Kral Hammurabi tərəfindən qanuniləşdirildi. Qeyd edilir ki, Hammurabi Məcəlləsinin ən mühüm xüsusiyyəti quldurların zorakılığına məruz qalmış karvanların zərərlərinin digər karvanlarla bölüşdürülməsidir. Bu quru daşımalarında risk paylaşımının ilk nümunəsidir (Yayla Ş.O.,2019: s.109). Bu təcrübə Finikiyaya da yayıldı, qaydalar bütün dəniz gəmiçiliyinə tətbiq edildi və sonra bütün qədim dünyaya yayıldı. Təxmini eramızdan əvvəl 600-cü illərdə hindular ilkin sığorta xüsusiyyətləri ilə kredit müqavilələrini bağlamışlar. Sadə məzmun daşıyan bu müqavilələr cəmiyyətlərdə sığorta düşüncəsini inkişaf etdirərək sığortada ilk addımları ortaya qoyması baxımından əhəmiyyətlidir. Bu növ kredit müqavilələri orta əsrlərdə inkişaf etmiş və dəniz krediti və gəmi sığortasının əsasını təşkil etmişdir.

1132-ci ildə Danimarka gəmi sahibləri arasında dəniz nəqliyyatında zədələnmə halında kompensasiya təmin edilirdi. Sonrakı dövrlərdə sığortaya bənzər tətbiqlər özəlliklə dəniz ticarətinin hökm sürdüyü bölgələrdə görülür. Dəniz ticarətinin başlanğıc nöqtəsi Aralıq dənizi olduğundan və Aralıq dənizi qədim zamanlardan ticarət yolu kimi istifadə edildiyindən burada ticarətlə yanaşı sığortanın da yer aldığı anlaşılır. Başlanğıcda ilk tətbiq edilən üsullardan biri tacirlərin öz malları ilə səyahət etmələri və fırtına və ya başqa təhlükə ilə qarşılaşan gəmini xilas etmək üçün malı dənizə atmaq idi. Lakin heç bir tacir öz malının dənizə atılmasını istəmirdi. Bu səbəbdən dənizə atılan mallara görə tətbiq olunacaq zərərin gəmi ilə digər yüklər arasında bölüşdürülməsi zamanla bir qayda halını almağa başladı.

İlk dəfə mükafat əsasında sığorta təxmini 1250-ci ildə Florensiya, Venesiya və Genuya şəhərlərində yaranmışdır. Bununla belə, bugünkü mənada sığortanın yaranma tarixini 14-cü əsrdən qeyd etmək olar. Ticarət 14-cü əsrdən etibarən iqtisadi şərtlərin dəyişməsi ilə çox əhəmiyyətli inkişaf lar göstərməyə başlamışdır. O dövr üçün dəniz ticarətində İtaliyada sığortaya ehtiyac var idi və ilk dəfə burada dəniz sığortası anlayışı yarandı. İlk sığorta polisi 1347-ci il 23 oktyabrda italyan dilində İtaliyanın Genuya limanından yola düşən Santa Clara adlı gəmidəki yükün sığortalanması üçün verilmişdir. Sığorta müqavilələri treyderlərin topladığı

bazarlarda və ya qəhvəxanalarda hazırlanır və riski üzərinə götürənlər tərəfindən imzalanırdı. Bu tarixdən etibarən sığorta baxımından yeni bir dövrün başladığını söyləmək olar (Yayla Ş.O., 2019: s.109).

İlk sığorta şirkətinin 1424-cü ildə İtaliyanın Genuya şəhərində yaradılması, Aralıq dənizinin ticarət və sığorta sahələrində qabaqcıl olduğunu göstərir. Daha sonra dəniz ticarəti və sığorta inkişaf etdi və dəniz sığortası ilə bağlı müddəalar ilk dəfə 1435-ci ildə Barselona qanununa daxil edildi (Yayla Ş.O., 2019: s.109). Bu tarixdən sonra 1468-ci ildə Venesiyada başqa bir qanun qüvvəyə mindi. İtaliyadakı bu inkişaflardan sonra gəminin və yükün sığortalana bilməsi kapitan, ekipaj və sərnəşinlərin də sığortalınması fikrini doğurdu və beləliklə həyat sığortası həyata keçirilməyə başladı. Sonrakı tarixlərdə ən mühüm rəsmi qanunvericilik arasında 1601-ci ildə İngiltərədə qüvvəyə minən tənzimləmə və 1681-ci ildə Fransada Colbert tərəfindən hazırlanan və XIV Lüdovik tərəfindən nəşr olunan Dəniz Fərmanı var (Healy, N. Joseph., 2020).

XVII əsrin ikinci yarısı sığortanın inkişafına səbəb olan iki mühüm hadisə ilə yadda qaldı. Bunlardan birincisi, sığorta təcrübəsinə əsaslanan empirik metod əvəzinə, Paskalın Təsadüflərin Həndəsəsi sahəsindəki araşdırmaları ilə başladığı ehtimal hesablaması elminin əsasını qoyan statistik metod və texnikanın həyata keçirilməsidir. İkincisi isə 1666-cı il sentyabrın 2-də Londonda baş vermiş və beş gün davam edən 13.000 ev və 100 kilsənin məhv olmasına gətirib çıxaran geniş miqyaslı yanğındır. Bu yanğının insanları fəlakətlər nəticəsində yarana biləcək itkilərə həll yolları axtarmağa vadar etdi (Haueter N. V., 2017: s. 5).

Bu hadisə təkcə İngiltərədə deyil, həm də dünyada rezonans doğurdu və insanların həyat və əmlakının qorunması ideyası sığortanın inkişafında mühüm rol oynayaraq həm də torpaq sığortasının yaranmasına səbəb oldu. Bu inkişaf edən ideya əsasında 1696-cı ildə Nikolas Barbon Yanğın Bürosunu qurdu, daha sonra Dostluq Cəmiyyəti, Hand in Hand şirkətləri və Lombard House şirkətləri quruldu. Daha sonra, Londonda Sun Fire Office kimi populyarlıq qazanan London Sığortaçılar Şirkəti yaradıldı (Haueter N. V., 2017: s. 5). Bu şirkətin yaradılması çox vaxt müasir yanğın sığortasının başlanğıcı kimi qəbul edilir. Sun Fire Office 1726-

cı ilə qədər ortaqlıq olduğu halda, daha sonra Sun Insurance Office adı altında səhmdar cəmiyyətə çevrildi. Yəni 1720-ci ildə İngiltərədə ilk gəmi sığortası şirkətləri London Assurance və Royal Assurance şirkətləri fəaliyyətə başladı (Haueter N. V., 2017: s. 6).

1688-ci ildə İngiltərədə Lloyd-un yaradılması ilə sığortada yeni dövr başlayır. Londonda Edvard Lloydun idarə etdiyi qəhvəxana gəmi sahiblərinin, iş adamlarının və tacirlərin dəniz ticarəti haqqında məlumat mübadiləsi yerinə çevrildi. Burada yelkənli gəmiyə və ya gəmi yükünə zəmanət verən şəxslər anderrayter kimi sənəd verərək fəaliyyətə başlamış və bu insanlar Edvard Lloyd öldükdən sonra öz aralarında Lloyd adlı bir cəmiyyət yaratmışlar. Lloyd cəmiyyəti 1871-ci ildə Britaniya parlamentinin qəbul etdiyi qanunla birləşdi. Lloyd ilk illərdə yalnız dəniz sığortası sahəsində fəaliyyət göstərdiyi halda, sonradan torpaq sığortası sahəsinə keçərək bu gün hər cür sığortanın edilə biləcəyi bir quruma çevrilib. Lloyd dünyada heç bir yerdə olmayan unikal sığorta şirkətidir. Lloyd-un ən əhəmiyyətli xüsusiyyəti, Lloyd üzvlərinin bütün aktivləri ilə cavabdeh olmaları və heç vaxt sığortalı ilə birbaşa əlaqəyə girməmələri, əlaqənin vasitəçi və ya broker adlanan şirkətlərlə qurulmasıdır. Brokerlər Lloyd ilə işləmək və müştərilərin sığortası və təzminatlarını izləmək üçün burada qeydiyyatdan keçirdilər (Haueter N. V., 2017: s. 6).

Böyük Britaniyanın uzun illər dünya gəmiçilik və təkrarsığorta bazarının mərkəzi olduğu və bu sahədə effektivliyini və əhəmiyyətini heç vaxt itirmədiyini sığortanın tarixinə baxdıqda açıq şəkildə görünür. Beləliklə Britaniya sığortaçıları tərəfindən hazırlanmış qaydalar bütün dünya sığortaçıları tərəfindən qəbul edilir və praktikada istifadə olunur.

Azərbaycanda sığorta XIX əsrin ortalarından başlamışdır. Azərbaycanda sığorta kapitalist münasibətlərinin, sahibkarlığın və hər şeydən əvvəl neft sənayesinin inkişafı ilə sıx bağlıdır. Ölkədə sığorta sektoru üç əsas mərhələdə inkişaf edib (Əliyeva L., 2011: s. 6-7).

- 1917-ci ildən əvvəlki dövr;
- 1917-ci ildən XX əsrin sonuna qədər olan dövr;
- XX əsrin sonundan bu günə qədərdir.

1990-cı illərdə Azərbaycanın neft sənayesində xarici investorların iştirakı ilə milli sığorta sektoru inkişaf etməyə başladı. İnkişaf nəticəsində bir neçə sığorta sahələri yarandı və sığortaçılar inkişaf etməyə başladı və yanğın sığortası, əmlak sığortası, sənaye və investorların qarşılıqlı sığortası ortaya çıxmağa başladı. Bu dövrdə Azərbaycanda demək olar ki, bütün sənaye sahələri xarici investorlar və xarici agentliklər tərəfindən təmsil olunurdu. Dəniz sığortası ölkədə geniş yayılmışdı. Bir çox ölkədən bu sahədə çalışan qurumlar var idi. Bunlara Böyük Britaniyanın bu sahədə ixtisaslaşmış sığorta şirkəti olan Llyold, həmçinin İran-Rusiya sərhədindəki limanlarda yükləri sığortalayan Repman və Rüste kommersiya şirkətinin filialları daxildir. Bakıda sığorta fəaliyyəti inqilabdan əvvəl görünməyə başlayıb. Belə ki, Bakıda keçən əsrin əvvəllərində 18 sığorta şirkəti fəaliyyətə başlamışdır. Bu qurumların ən böyüyü Rusiya Sığorta Assosiasiyası idi. Azərbaycanda Xəzər dənizindəki gəmilərin sığortası sığorta sənayesinin əsasını təşkil edirdi. İranla Rusiya arasında dəniz ticarəti demək olar ki, Bakı vasitəsilə həyata keçirildiyi üçün Rusiya sığorta şirkətləri Bakıda üstünlük təşkil edirdi. Həmin dövrdə Bakıda sığorta şirkətləri əsasən Almaniya, İngiltərə və Rusiya şirkətlərinin filialları idi. Ölkədə ilk sığorta biznesinin yaradılmasında yerli sənayeçilər fəal iştirak edirdilər (Əliyeva L., 2011: s. 6-7).

Həmin dövr üçün ölkənin sığorta sisteminin tərəqqisində mühüm rol oynamış Azərbaycan SSR Dövlət Sığorta Baş İdarəsi və SSRİ İnqostraxının Bakı filialı fəaliyyət göstərirdi. 1980-ci illərin sonlarına qədər dövlət sığorta biznesinin əlində cəmlənmiş əməliyyatlar iki böyük sığorta şirkətinin rəhbərliyi altında təşkil olundu. Onlardan biri Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Agentliyinin, digəri isə Bakı sığorta sənayesini inhisara alan SSRİ Bakı Sığorta Agentliyinin əlində idi. Hər iki qurumun fəaliyyəti SSRİ-nin “Şirkətlər haqqında” qanununa əsasən tənzimlənirdi (Əliyeva L., 2011: s. 6-7).

Müstəqillikdən sonrakı Azərbaycanda sığorta xidmətləri bazarı 1991-ci ildə Nazirlər Soveti yanında Dövlət Sığorta Nəzarəti Palatasının nəzarəti altında yaradılmışdır. Sığorta Qanunu ilk dəfə 1993-cü ilin yanvarında Milli Məclisdə keçirilən iclasdan sonra Azərbaycan Respublikasının Qanununa əlavə edilmiş və

bununla da 1993-cü ilin əvvəllərində formalaşmağa başlayan milli sığorta bazarının inkişafına təkan vermişdir. Bu hadisə ölkənin sığorta institutlarının maliyyə sabitliyinin möhkəmləndirilməsi, sığorta xidmətləri əməliyyatlarının həcminin artırılması hüquqi tənzimləmələrin sığortanın inkişafına uyğunlaşdırılmasına imkan yaratmışdır. Ölkədə mövcud olan sığorta şirkətləri ittifaqı 1993-cü ildə yaradılmış Azərbaycan Respublikası Sığorta Assosiasiyası tərəfindən daha da gücləndirilmiş, bununla da sığorta bazarının inkişafında şirkət və qurumlar arasında daha sıx əlaqələrə dəstək olmuşdur (Əliyeva L., 2011: s.7).

Bu qurumların fəaliyyətləri 1996-1997-ci illərdə çoxlu qanunların, normativ hüquqi aktların qəbuluna səbəb oldu:

- Azərbaycan Respublikasında avtomobil sahiblərinin mülki məsuliyyətinin sığortası üzrə icbari sığorta haqqında (1996)

- Əsgərlərin icbari şəxsi sığortası haqqında (1997)

- Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsi qüvvəyə minmişdir.

Qəbul edilmiş bütün qanunlar və normativ hüquqi aktlar fonunda ölkədə yeni yaradılmış özəl sığorta şirkətlərinin həcmi artmağa başlayıb. Keçid dövründə Mərkəzi Bankın yaradılması, beynəlxalq bazar iqtisadiyyatına inteqrasiyası nəticəsində sığorta bazarlarının yaradılması və inkişafı milli problemə çevrildi. Belə ki, ölkədə bu işin həyata keçirilməsi üçün ticarət siyasəti həyata keçirilib. Müstəqil siyasət həyata keçirməyə başlayan dövlətin ilk iqtisadi fəaliyyəti sığorta işinin köklü şəkildə yenidən qurulması, onun həyata keçirilməsində böyük rol oynayan inhisarçılığın ləğvi və sığorta işinin yenidən qurulması oldu. Ölkənin inkişafında, iqtisadiyyatda sabitliyin təmin edilməsində və iqtisadiyyatın artımının təmin edilməsində əsas elementə çevrilmiş sığorta və sığorta təminatının xüsusi çəkisinin artırılması ölkədə ümumi daxili məhsulun artımında əsas hədəfə çevrilmişdir.

XXI əsrin əvvəllərində özəl sığorta şirkətlərinin milli iqtisadiyyatda payının artması ölkə əhalisinin sığorta şirkətlərinə inamını bir daha əyani şəkildə nümayiş etdirdi. Onlardan 22-yə yaxını özəl, 6-sı qismən qarışıq dövlət müəssisəsi olsa da, ölkə bazarının məhdud bir hissəsini əhatə edirdi. Belə ki, 2000-2005-ci illərdə sığorta xidmətlərindən 82,6 milyon manat vəsait cəmi 5 il ərzində dövlət büdcəsinə

daxil olub. Bu, əvvəlki dövrlərlə müqayisədə təxminən 5,4 dəfə çoxdur. Ümumən dövlətin maliyyə resurslarının formalaşmasına nəzər yetirsək görürük ki, sığorta da mühüm əhəmiyyətə malikdir. Beləliklə aparılan sığortaların 93,1%-i könüllü qalanı isə icbari sığortalardır. XXI əsrin əvvəllərində dövlət büdcəsinə transfertlər 0,142 milyon manat 2005-ci ildə 5,5 milyon manat olmuşdur (<https://www.stat.gov.az/>).

Bu məbləğ büdcənin ümumi gəlirlərinin demək olar ki, 0,27 faizindən formalaşmış. Ödənilmiş nizamnamə kapitalı 2006-cı ildə 32,4 milyon manat təşkil etmişdir. Bundan başqa, bəzi qeyri-yerli inversiya sığorta şirkətləri üzrə nizamnamə kapitalı 4,4 milyon manat olmuşdur. Avropa iqtisadiyyatına inteqrasiya, təkrarsığorta təcrübələrinin inkişafı, tətbiqi və son dəyişikliklər dövrün qanunlarında dəyişikliklərə səbəb olmuşdur (<https://www.stat.gov.az/>). Bu dəyişiklik 1999-cu il iyunun 25-də “Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasında yeni qanunu kimi qüvvəyə minmişdir. Bu yeni qanun Azərbaycanda sığorta sahəsini daha da inkişaf etdirmiş, qanunvericilik bazasını möhkəmləndirmiş, bazar münasibətlərini tənzimləmiş və inkişaf etdirmişdir. Müqavilə şərtlərini və sığorta sahəsini tənzimləyən dövlət qurumlarının vəzifə və səlahiyyətlərini müəyyən etmişdir. 1992-1999-cu illərdə dövlət tərəfindən təsdiq edilmiş müvafiq qanuna uyğun olaraq vətəndaşların mülkiyyətində olan obyektlərin icbari sığortası da həyata keçirilib. Lakin özəl sığortaların yaradılması 1991-ci ildən sonra dövlət sığorta qurumları ilə rəqabətə səbəb oldu. Sığorta institutları üzvlərinin mənafeələrini təmin etmək, öz fəaliyyətlərini əlaqələndirmək, birgə proqramları həyata keçirmək məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi əsasında birliklər, təşkilatlar və digər birliklər yartmağa başladılar. Sığorta assosiasiyaları Azərbaycan Respublikasının Dövlət Sığorta Nəzarəti Agentliyində qeydiyyatdan keçdikdən sonra öz nizamnamələrinə uyğun olaraq hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərirdilər.

2007-ci ildə ölkəmizdə sığorta fəaliyyətinin beynəlxalq standartlara uyğun inkişafının və sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi və inkişafının hüquqi əsasını təşkil edən yeni “Sığorta haqqında Qanun” qəbul edilmişdir. Xüsusilə də qeyd edə bilərik ki, ölkəmizdə sığorta təcrübəsi həmişə cari dövrün iqtisadi və sosial şəraitinə uyğun olaraq yenidən qurulmuş və inkişaf etdirilmişdir.

1.3 İnnovasiya konsepti, innovasiya sistemlərinin mənbələri və strategiyaları

İnnovasiya yeni anlayış olsa da, günümüzdə onunla bağlı fərqli təriflər mövcuddur. Bu tərifləri araşdırdıqda innovasiyanın əslində bir dəyər yaratma prosesi olduğu görünür. İnnovasiya məhsul və ya xidmətlərə dəyər əlavə edən, iqtisadi və sosial faydalar yaradan bir prosesdir. Ona görə də burada iqtisadi vahidlər mühüm yer tutur. İnnovasiya sözü ilkin olaraq mədəni, sosial və inzibati mühitdə olan yeni metodlardan istifadəni nəzərdə tuturdu. Tarixi prosesdə innovasiya anlayışını araşdırdığımız zaman bunların 19-cu əsrin məhsulu olan yeni ixtiralar kimi qəbul edildiyini və daha çox texniki tərəfi olan bir anlayış olduğunu düşünmək olar. Avstriyalı iqtisadçı və politoloq Cozef Şumpeter ilk dəfə 1911-ci ildə yazdığı kitabında innovasiya sözünü işlətməmiş, onu inkişafın öncüsü adlandırmış və innovasiyanı mövcud resursların yenilik olaraq ortaya çıxması kimi təsvir etmişdir. İnnovasiya təşkilata rəqabət üstünlüyü verən yeni məhsulun, xidmətin və ya işin meydana gəlməsi tərzidir (Ünal A. və Kilinc I.,2016: s.99-134).

İnnovasiya yaradıcı ideyanın faydalı və satıla bilən məhsula çevrilməsi prosesidir. Ümumiyyətlə, innovasiya dedikdə ağıla məhsul və xidmətlər gəlir. Bununla belə, innovasiya proseslər, marka, müştəri təcrübəsi və iş modelində də həyata keçirilə bilər. Geniş mənada innovasiya biliyin iqtisadi və sosial faydalara çevrilməsi kimi müəyyən edilir. Nəticə olaraq, bu, texniki, iqtisadi və sosial proseslərin məcmusudur (Dursun Ö.O., 2017: s.12-17).

İqtisadi baxımdan ixtira və innovasiya arasında fərqi qeyd etmək əhəmiyyətlidir. Avstriyalı iqtisadçı Cozef Şumpeter iqtisadi fikir intizamında ixtira və innovasiya arasındakı fərqi ilk müzakirə edən və vurğulayan şəxs olmuşdur. İxtira sistematik olaraq texnologiyaya çevrilən yeni ideyaların yaradılması kimi müəyyən edilmişdir. Bu kontekstdə ixtiralar həmişə olmasa da, əqli mülkiyyət hüquqları baxımından çox vaxt patentlərlə qorunur. Digər tərəfdən, ixtiralar mütləq texnoloji innovasiya ilə nəticələnmir. İnnovasiya ixtira edilmiş ideyaların bazara çıxarılan istehsal formalarına kommersiyyalaşdırılmasıdır (Danışman S.A., 2015: s.143-164).

Təşkilati cəhətdən innovasiya aşağıdakı kimi xarakterizə edilə bilər (Ünal A. və Kilinc I.,2016: s.101):

- İnnovasiya təşkilat daxilində xüsusi proses, məhsul və ya metoddur;
- Təşkilat daxilində yeni ideya innovasiyanın başlanğıc nöqtəsi olsa da, onu sadəcə olaraq yenilik adlandırmaq olmaz;
- İnnovasiya təqdim olunduğu sosial mühitdə yeni olmalıdır;
- Yenilik təsadüfi deyil, ciddi məqsədyönlü və planlı olmalıdır;
- İnnovasiya adi dəyişiklik deyil, tamamilə fərqli və yeni element yaratmağı hədəfləməlidir;
- İnnovasiya təşkilati fayda yaratmağı hədəfləməlidir;
- İnnovasiya təkcə novatorun və ya təşkilatın əhatə dairəsi daxilində deyil, geniş təsirlərə malik olmalıdır.

İnnovasiyanın tərifləri və mövzu ilə bağlı bir çox araşdırmalar nəzərə alınaraq, yeniliyin xüsusiyyətləri müəyyən edilmiş və bir çərçivə meydana gətirəcək şəkildə təsnif edilmişdir. Onları aşağıdakı kimi sadalaya bilərik:

- Yenilik həyat keyfiyyətini və rifahını yüksəldən amildir (Sosial)
- İnnovasiya istifadəçilərinin həyatında dəyişikliklər yaradan bir vasitədir (Sosial və təşkilati)
- İnnovasiya bir prosesdən ibarətdir və davamlılığa malikdir (Təşkilati)
- İnnovasiya sosial və iqtisadi faydalar təmin edən dəyərdir (Təşkilati və sosial)
- İnnovasiya sosial və mədəni ekosistemin məhsuludur (Sosial və təşkilati)
- İnnovasiya ətraf mühitlə harmoniya və inteqrasiya yoludur (Təşkilati və sosial)

İxtira anlayışı əvvəllər kəşf edilməmiş və ya ilk dəfə məlum olmayan, kommersiya xarakterli olmayan, lakin texniki tərəfi olan yeni bir şeyin kəşfinə aiddir. Bu baxımdan ixtira radikal innovasiyanın mühüm addımlarından biri kimi qəbul edilir. Bununla belə, hər bir ixtira mütləq sosial və iqtisadi fayda gətirə bilməz. Əslində bəzi ixtiralar icad edildiyi səviyyədə qala bilər və heç bir dəyər qazanmaya bilər. Bu istiqamətdə bir ixtiranın yenilik olması üçün cəmiyyətə fayda verəcək vəziyyətə gətirilməlidir. Yenilik və ixtiralar arasındakı əsas fərq onların kommersiya tərəfidir. Bəzi müəlliflər bunu innovasiya = nəzəri konsepsiya + texnoloji ixtira +

kommersiyalaşma kimi müəyyən edirlər. Bu tənləkdə yeni ideya və ideyaların konseptuallaşdırılması innovasiyanın başlanğıc nöqtəsini, məhsul və proses ixtirası isə bu ideyaların real nəticələrini təmsil edir. Bu prosesdə elm və texnologiya mühüm rol oynayır (Danışman S.A., 2015: s.143-164).

Yaradıcılığın bir çox tərifləri yaradıcılığın zehni proses olduğunu söyləyir. Bu istiqamətdə kreativlik anlayışı yeni və fərqli həllər, ideyalar, konsepsiyalar, nəzəriyyələr, məhsul və xidmətlərin təkmilləşdirilməsinə səbəb olan psixi proses kimi müəyyən edilir. Yaradıcılıq ümumiyyətlə fərdi və institusional əsasda qiymətləndirilir. Fərdi yaradıcılıq proses problemlərin müəyyən edilməsi, ehtiyaclarla uyğun məlumatların əldə edilməsi və saxlanması, yeni ideyaların yaradılması, bu ideyaların həyata keçirilə bilən formaya çevrilməsi və nəticələrin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. Bu kontekstdə fərdi yaradıcılıq üç əsas element üzərində qurulur. Təhsil nailiyyətini göstərən ekspertiza, bir tapşırıqın nə qədər motivasiyalı olduğunu göstərən yaradıcı düşünmək, tapşırıqları dərk etmək və diqqəti cəmləmək bacarığıdır. Təşkilatların innovativ işləri üçün yaradıcı təşkilati mühitin olması çox vacibdir (Akanbi S. və İortimbir A. I., 2015: s.66-89).

Tədqiqat və inkişaf (R&D) - Bu gün bilik istehsalı, həyatı asanlaşdırən və sosial rifahı yüksəldən əsas fəaliyyətlərdən biridir. Müasir informasiya cəmiyyətinin yarandığı indiki məqamda informasiyanın istehsalı və ötürülməsi texnologiyanın inkişafı və kommersiyalaşdırılması qədər vacibdir. Belə bir mühitdə ixtisaslı işçilər də ömür boyu öyrənmə və təlim almalıdırlar. Tədqiqat və inkişaf anlayışı müasir dövrdə ən çox istifadə olunan anlayışlardan biridir. Termin elmi tədqiqatları, eləcə də yeni məhsul və xidmətlərin istehsalını təsvir etmək üçün istifadə olunur. Dünyada qəbul edilmiş ümumi tərif elmi-texniki biliklərin inkişafı və biliklərin sistemli şəkildə yeni tətbiqlərə ötürülməsi üçün yaradıcı səy kimi ifadə edilir. Tədqiqat və inkişafın ən əsas məqsədi yeni məhsulların hazırlanması və ya inkişafı üçün elmi infrastrukturunu təmin etməkdir. Tədqiqat və inkişaf mövcud xidmətdən daha səmərəli istifadə etmək, daha az xərclə istehsal etmək və ya hələ istehsal olunmamış bazarda lider olmaq üçün resursların ayrılmasıdır. Başqa sözlə desək, kəşf mərhələsindən başlayan və tapıla bilməyənlərin axtarışı, məlumatın və ya məhsulun hazırlanması

və yenilənməsi ilə davam edən bir prosesdir (İnce F., 2015: s.247-270).

Biznesin inkişafına təkan verən əsas innovasiya növləri məhsul innovasiyası, texnoloji innovasiya, bazar innovasiyası və təşkilati innovasiyalardır. Təkmilləşdirilmiş və köklü şəkildə dəyişdirilmiş məhsullar biznesin uzunmüddətli inkişafı üçün kritik hesab olunur. Proses innovasiyası keyfiyyət funksiyasının tətbiqini və biznes proseslərinin yenidən qurulmasını əhatə edir. Bazar innovasiyası hədəf bazarların tərkibinin yaxşılaşdırılması və seçilmiş bazara göstərilən xidmətlərin təkmilləşdirilməsi ilə bağlıdır. Bazar innovasiyasının məqsədi ən yaxşı (ən yeni) potensial bazarları və hədəf bazarlara xidmət göstərməyin ən yaxşı (ən yeni) üsulunu müəyyən etməkdir. Daha geniş mənada bazar innovasiyası bazar araşdırması, reklam, təşviqat, eləcə də yeni bazar imkanlarının müəyyənəndirilməsi və yeni bazarlara daxil olma ilə bağlı yeniliklərə aiddir. Təşkilati innovasiya təşkilatın iddialı məqsədlərə nail olmaq üçün resursları yeni üsullarla idarə etmək və təşkil etmək bacarığına aiddir (Maziliauskas, A. və Kogabayev T., 2017: s.1).

Cozef Şumpeter 5 fərqli innovasiya növünü müəyyən etmişdir: yeni təşkilat formaları, yeni təchizat mənbələri, yeni bazarlar, yeni istehsal üsulları və yeni məhsullar. Şumpeterə və digər innovasiya tədqiqatçılarna istinad edərək, innovasiya texniki (yeni məhsullar, yeni istehsal üsulları) və qeyri-texniki aspektləri (yeni bazarlar, yeni təşkilat formaları), eləcə də məhsul innovasiyası (yeni məhsul və xidmətlər) və texnoloji innovasiyaları (yeni) əhatə edir. Bu qiymətləndirmə əsasında 4 müxtəlif növ innovasiyanı ayırd etmək olar: qeyri-texniki proses innovasiyası, texniki məhsul innovasiyası, qeyri-texniki xidmət innovasiyası, texniki proses innovasiyası, təşkilati innovasiya (Serrat O., 2017).

Rəqabətin yüksək olduğu bir mühitdə müəssisələr sosial və mədəni inkişaf, sosial motivlər, texnoloji dəyişikliklər və mövcud iqtisadi tendensiyalar kimi amillərə baxmayaraq yeniliklər etmək məcburiyyətindədirlər. Bu baxımdan innovasiya insanların həyat standartlarında müsbət dəyişikliklərə, rəqabət mühitinin təmin edilməsinə, yeni bazar regionlarının yaradılmasına və texnoloji inkişafı gətirib çıxarır. Müasir rəqabət mühitində müəssisələr rəqabət mühitinə uyğunlaşmaq üçün daim gündəlik fəaliyyətləri xaricində məlumat istehsal etməlidirlər. Bu

səbəbdən müəssisələr təşkilati strukturda bilik istehsalı və əldə edilən biliklərin yayılması yolu ilə innovativ təşkilat yaratmağın xüsusiyyətlərini göstərməlidir. Ədəbiyyatda təşkilati innovasiya anlayışının çoxlu tərifləri olsa da, təşkilati innovasiyanın tam olaraq nə demək olduğu barədə hələ də konsensusun olmadığını söyləmək olmaz. Həmçinin, təşkilati innovasiya təşkilati metodun, qərar qəbul etmə sisteminin yaradılması və xarici əlaqələrin idarə edilməsi və həyata keçirilməsinin yeni metodlarının yaradılması kimi bütün hərəkətlər hesab olunur. Başqa bir tərifə görə, təşkilati innovasiya təşkilata xas funksiya kimi qiymətləndirilir və təşkilati baxımdan dəyər yaratmağı hədəfləyən yaradıcı fəaliyyət kimi qiymətləndirilir. Təşkilati innovasiya bilik istehsalı və biliyə çıxışı, eləcə də öyrənmə vasitəsilə əldə ediləcək bir çox elementləri birləşdirən bir prosesdir. Bu mərhələdə bazarda digər təşkilatları ideyaların yaradılması və dəyişdirilməsinin yeni üsulları ilə öyrətmək üçün davamlı səylər təşkilati innovasiyanın uğurunu artıran amillər sıralana bilər. OECD (2005) təşkilati innovasiyanı yeni biznes prosesləri, iş yerinin təşkili və xarici əlaqələr metodlarının tapılması və tətbiqi prosesi kimi müəyyən edir. Təşkilati innovasiyalar indi rutin əməliyyatları yenidən təşkil etməyin yeni üsulları kimi qəbul edilir. Təşkilati innovasiyalar vasitəsilə müəssisələr əvvəllər istifadə edilmiş təşkilati təcrübələri dəyişdirərək və təşkilatın xərc kimi gördüyü əməliyyat və inzibati xərcləri minimuma endirməklə təşkilati performansını müsbət şəkildə yaxşılaşdırmağa çalışırlar. Digər tərəfdən, təşkilati innovasiyanın təşkilatlar üçün xəbər olması gözlənilir. Növündən və üsulundan asılı olmayaraq, təşkilati problemlərin yaranma imkanı aradan qaldırılana qədər innovasiya təşkilati problemlərin həllində effektiv üsul kimi görünəcəkdir. Bu, həm də spesifik və ya çatışmayan müştəri tələblərinə həll yolu tapmaq öhdəliyidir və öhdəlik yerinə yetirildikdə yenilik ortaya çıxır. Araşdırma və inkişaf ilə və ya olmayan innovasiya üç mərhələdən ibarət bir prosesdir.

İnnovasiya prosesləri çox vaxt uzun müddət ərzində baş verən mürəkkəb transformasiyalardır. Tədqiqatçılar bu prosesdəki fəaliyyətləri öz konseptual nöqtəyi-nəzərindən görməklə təsnif etdilər. Bununla belə, tədqiqatçıların əhəmiyyətli bir hissəsi innovasiya prosesi mərhələsində yuxarıda göstərilən

prosesdə iştirak etmişdir. Korporativ innovasiya prosesinin əsas aspektləri ilə bağlı təfərrüatlar aşağıda təqdim olunur. Bu mərhələ təşkilati innovasiya prosesinin birinci mərhələsidir. Bu mərhələdə yeni ideya yaradılır və ya bir neçə ideyadan ən uyğunu seçilir. Bu prosesdə təşkilat daxili və xarici mühit amillərinə arxalanır, onlardan gələn arqumentləri qiymətləndirir və planlaşdırılan yeniliyin xeyrinə ən sərfəli seçimi edir. Seçilən ideyalar təşkilatın texnoloji imkanları və ya bazarda tələbat əsasında formalaşır. İdeyanın yaradılması mərhələsində istehsal olunan ideyalar arasında təşkilat üçün ən optimal riski ehtiva edən ideyaya üstünlük verilir. Bu seçimi edərkən təşkilatın texnoloji imkanlarından və bazar biliklərindən istifadə planlaşdırılan yeniliyin məqbul olmasına təsir edəcək və ən uyğun ideyanın müəyyənləşdirilməsinə kömək edəcək. Çünki ideya təşkilatın strukturuna uyğun gəlmirsə, yaranan münaqişə innovasiya prosesinə mənfi təsir göstərir. Başqa sözlə, uğurlu innovasiya prosesini həyata keçirmək üçün mövcud təşkilati resurslardan istifadə etməklə və bazar imkanları nəzərə alınmaqla innovasiya prosesinə başlamaq lazımdır. Müştəri ehtiyaclarını ödəmək bacarığı innovasiyanı cəlbedici və həyat qabiliyyətli edir. Bu səbəbdən planlaşdırılan yeniliklərdən əvvəl müştəri ehtiyaclarını düzgün müəyyən etmək son dərəcə vacibdir (Dursun Ö.O., 2017; s.12-17).

Digər tərəfdən, ideyanın yaradılması mərhələsi çox vaxt biznes imkanlarının tapılması prosesi kimi görülür. Çünki bu mərhələdə istehsal olunan ideyalar nəticəsində yaranan yeniliklər yüksək səviyyəyə çatmaq potensialına malikdir. Birinci mərhələdə qəbul edilən ideya növbəti mərhələdə texnologiyanın işlənilməsi üçün hazırlanmasıdır. Beləliklə, bazarda əldə edilməsi planlaşdırılan iqtisadi uğurun səviyyəsi qiymətləndirilir. Bu mərhələdə ideyanın həyata keçirilməsi üçün müxtəlif məlumatlar birləşdirilir. İdeyanın inkişafında hüquqi məsuliyyət, texnoloji infrastruktur, tələb səviyyəsi və rəqib davranışı təsirli olur. Texnoloji və bazar araşdırmaları innovasiyanın texnoloji mümkünlüyünü və xüsusiyyətlərini aydınlaşdırır.

Bu mərhələdə hələ nəzəri səviyyədə olan innovativ ideyanın məhsul mərhələsinə çevrilməsi qiymətləndirilir. Həmçinin bu mərhələdə ideyanın məhsula,

prosesə və ya texnologiyaya çevrilməsi imkanları qiymətləndirilir. İdeyanın həyata keçirilməsi zamanı buraxılması planlaşdırılan məhsulların tanıtım versiyaları dərc olunub, istehsal prosesi təhlil edildikdən sonra bütün standartların təmin edilməsi ilə kütləvi istehsala başlanılması nəzərdə tutulur. Təşkilati innovasiya prosesinin son mərhələsi yeniliyin bazara təqdim edilməsidir. Bu mərhələdən sonra innovasiyanın kommersiya və iqtisadi dəyər qazanması gözlənilir. Məhsulun innovasiyası və ondan gözlənilən biznes reaksiyası istehlakçının innovasiya haqqında məlumatlılığından və yeniliyin nəyə ehtiyac duyduğunu bilməsindən asılıdır. O, yeniliyin təşviqi, reklamı və elanını birləşdirir. Kommersiyalaşdırılmamışdan əvvəl istifadəyə verilməsi planlaşdırılan innovativ ideyanın bəzi kritik tərəflərini müəyyən etmək son dərəcə vacibdir. Bu, məhsul və ya xidmətləri tanıtmaq üçün ən yaxşı vaxtı, bazarı və hədəf auditoriyanı müəyyən edir.

II FƏSİL. SİĞORTA SEKTORUNDA İNNOVASIYA VƏ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏDƏ İNNOVASİYALARIN TƏTBİQ SƏVİYYƏSİ

2.1 Sığorta sektorunda innovasiyanın tətbiqi və ortaya çıxan çətinliklər

Rəqəmsallaşma və texnoloji inkişafın biznesin idarə edilməsi proseslərində yaratdığı transformasiyalar sığorta sənayesində də öz müsbət təsirlərini göstərməyə başlamışdır. Son illərə nəzər yetirsək görürük ki, sığorta sənayesi təkmilləşdirilmiş risk monitorinqi və azaldılmış xərclər də daxil olmaqla, müxtəlif texnologiya növlərini istifadə etməyə başlayıblar.

Əgər şirkət bank, maliyyə və sığorta sahələrində ciddi inkişafdadırsa və əməliyyatlar yenidən qurulursa, informasiya texnologiyaları bu prosesə böyük töhfə verir. Sığorta şirkətlərində isə rəqabət gücü yaradan menecerlər hər zaman texnologiya ilə eyni sürətlə ayaqlaşmalıdırlar. Büdcə baxımından nəzər yetirsək şirkətlərin informasiya texnologiyaları büdcəsi keçmişlə müqayisədə artır. Bu onu göstərir ki, şirkətlər öz əməliyyatlarını İT dəstəyi ilə həyata keçirməkdən imtina edə bilmirlər və menecerlər İT dəstəkli qərar qəbul etmə mexanizmlərindən istifadə edərək hərəkət edirlər. Mövcud texnologiyaların bugünkü alternativ zənginliyi və bəzi xüsusi ehtiyaclar üçün proqram təminatının keçmişdə bazarda tapılmaması, bugünkü müxtəliflik informasiya texnologiyalarının əhəmiyyətini ortaya qoyur. Sığorta sənayesi rəhbərlərinin şirkətin biznes məqsədlərinə çatmasına, resurslardan səmərəli istifadə etməsinə, riskləri optimal səviyyədə saxlamasına və rəqiblərinə qarşı rəqabət üstünlüyü təmin etməsinə töhfə verəcək texnologiyalar haqqında biliklərə malik olması çox vacibdir. Belə ki, bu istiqamətdə əsas şirkət öz maraqlarına uyğun qərarları qəbul etməlidir. Sığorta sektorundakı menecerlər təkcə texnologiyadakı inkişafı yaxından izləməməli, həm də şirkətlərinin ehtiyaclarını yaxşı analiz etməli və doğru zamanda doğru texnologiyaları şirkətlərində yerləşdirməlidirlər. Şirkətlər sığorta menecerlərindən şirkətin strateji və əməliyyat biznes məqsədlərini, eləcə də biznes tələblərini dəstəkləmək üçün siyasət və təcrübə gözləyirlər. Yenə fərqli tətbiq təlimləri sayəsində menecerlər layihəni vaxtında və

büdcə limitləri daxilində tamamlayaraq layihənin gəlirliliyini başa düşürlər (Neirotti P., 2007: s. 568-582).

Bu gün informasiya sistemlərini nəzərdən keçirən sığorta meneceri texnologiyayı çox yaxşı bilməklə kifayətlənməyərək eyni zamanda biznes strategiyalarını təhlil etmək üçün vizyona sahib olmalıdır. Bir sözlə, texnologiya standartlarını bilən, sənaye sahəsində yüksək biliklərə malik, biznes vizyonuna malik və nəzarət konsepsiyalarına malik çoxşaxəli şirkət bu gün fərq yaradır.

Sığorta şirkətlərinin innovativ fəaliyyətlə məşğul olmaq məqsədləri arasında məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi prioritetdir. Məhsulun müxtəlifliyinin artırılması, istehsal gücünün artırılması, yeni bazarların əldə edilməsi innovativ fəaliyyətin digər məqsədləridir. Bu məqsədlər üçün innovativ fəaliyyətlər həyata keçirərkən şirkətlər məlumat mənbəyi kimi daxili resursları, müştəriləri, maşın və avadanlıq təchizatçıları, yarmarka və promosyonları, xammal, yarımfabrikat və hissələri tədarükçüləri görür və istifadə edirlər. Bu gün beynəlxalq sərhədlərin aradan qalxması, bir çox sənayenin böyümə sürətinin azalması, məhsul fərqlərinin azalması, müştəri məmnuniyyətinin çətinləşməsi, şirkətlərin rəqabət sahələrinin fərqləndirilməsi, müştəri yönümlü işin əhəmiyyəti, inkişaf sinerji və komanda işinin əhəmiyyətinin artması, dəyişən şərtlərdə rəqabət aparən şirkətlərin nəticəsini ortaya qoydu və sığorta şirkətləri innovasiyaya doğru istiqamətləndirdi (Mustafina A.A, və başqaları,2020: s. 678-685).

FinTech Global-ın məlumatına görə, 2018-ci ildə sığorta texnologiyalarına qoyulan investisiya 3,18 milyard dollar səviyyəsində olmuşdur. Son beş ildə sığorta texnologiyalarına qoyulan investisiyaların demək olar ki, yarısı Şimali Amerikada olduğu halda, indi bu nisbət Avropaya doğru dəyişərək, Almaniya, İngiltərə və Fransada geniş yayılmışdır. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, Berlin on ən böyük sığorta texnologiyası şirkətinin yarısına malikdir (FinTech, 2019).

Sığorta Texnologiyalarının faydalarını aşağıdakı kimi göstərmək olar.

- Xərc və vaxta qənaət;
- Sığorta əməliyyatlarının avtomatlaşdırılması, protokolların azaldılması;
- Yeni modellərin ortaya çıxması (məsələn, insandan insana sığorta (P2P));

- İnnovativ məhsulların yaradılması;
- Tərəflər arasında mübahisələrin miqyasını məhdudlaşdıran və müqavilələrin avtomatik icrasını təklif edən texnologiya ilə səmərəlilik və şəffaflıq.

Sığorta sektorunda innovasiyanın tətbiqi kifayət qədər müsbət təsirlərə səbəb olsa da bəzi riskləri də bərabərində gətirir. Bu risklərdən ən önəmlisi istehlakçıların məxfiliyi ilə bağlı məsələlərdir. Sığortaçıların istehlakçı məlumatlarından geniş istifadə etməsi bu cür məlumatların məxfiliyi ilə bağlı narahatlıq doğurur. Məsələn, avtomobil sığortaçısı istehlakçının avtomobilində quraşdırılmış telematik cihazdan istifadə edərək istehlakçı haqqında məlumat toplaya bilər. Sığortaçı mükafat dərəcələrini tənzimləmək məqsədilə istehlakçının sürücülük vərdişləri haqqında məlumatlardan istifadə edə bilsə də, cihaz istehlakçının avtomobili harada və nə vaxt sürməsi barədə də məlumat toplaya bilər. Bu, istehlakçıların başqalarının sahib olmasını istəməyə biləcəyi informasiyadır (Veselovská., Jancikova. 2018: s. 655).

Sığorta şirkətləri doğum tarixi, maliyyə vəziyyəti, tibbi qeydlər, kredit balları və sürücülük qeydləri daxil olmaqla bir çox şəxsi məlumatlara çıxış əldə edə bilərlər. Bu məlumatların qorunması və ədalətli istifadəsi ilə bağlı pozuntular həm müştəri, həm də şirkət üçün problemlər yarada bilər.

Sığorta Sənayesində innovasiya tədqiqatları zamanı bir sıra problemlər yaranır. Birinci problem insanlarla bağlıdır. Çünki bəzi şirkətlər yeni ideyalara söykənən struktur yaratmaqdan əvvəl, şirkəti mühafizəkar şəkildə dizayn edirlər. Nəticədə şirkətdə innovasiya tətbiq etmək çətinləşir. İxtira fərdi fəaliyyət olsa da, innovasiya kollektiv səy tələb edir və innovasiyaların inkişafı qrupları arasında əməkdaşlığın effektivliyindən asılıdır. İnnovasiya prosesi bir çox funksiyaları və resursları özündə birləşdirən xüsusiyyətlərə malikdir. İnnovasiya tək-cə mövcud mühitə və quruluşa uyğunlaşmaq deyil, həm də bu mühiti və quruluşu dəyişdirmək gücünə sahib olmaqdır. Ona görə də innovasiyanı idarə edə bilən struktur yaradılmalıdır (Frosch və başqaları., 2008: s. 755-756). Digər problem isə maliyyələşmə ilə əlaqədardır. Yeni texnologiyaların biznes proseslərinə daxil edilməsi yüklü miqdarda maliyyə yükü tələb edir, bu da yalnız böyük sığorta şirkətləri tərəfindən

qarşılana bilir. Uzun dövrdə şirkətin səmərəliliyini artıraraq, vaxt və xərc itkisini azalda biləcək texnologiyaların tətbiqi böyük şirkətlər üçün hətta prioritetə çevrilmişdir. Lakin kiçik və orta ölçülü sığorta şirkətləri qısa müddətdə bu xərcləri həyata keçirdikləri təqdirdə problemlərlə üzləşə biləcəkləri üçün bu xərclərdən qaçınmağa və ya daha irəli bir tarixə təxirə salırlar.

2.2 Azərbaycanda sığorta sektoru iştirakçılarının təhlili və qiymətləndirilməsi

Azərbaycanda sığorta sisteminin qanunvericilik tarixinə nəzər yetirsək 1991-ci ildən başladığını deyə bilərik. Sığorta sisteminin ölkəmizdə inkişafının ilk illərində 62 sığorta təşkilatının 53 milli və 9 müştərək sığortaçı xidmət göstərmişdir. Lakin bundan əvvəlki dövrdə 33 kommərsiya şirkəti sığortalıların etimadını necə qazanacağını bilmədiyi üçün müflis olub və fəaliyyətini dayandırıb. Bunlardan 22-si özəl və 6-sı isə qarışıq mülkiyyət formasında dövlət kommərsiya şirkətləri olub. Hazırda 2022-ci il üzrə məlumatlara əsasən, Azərbaycanda sığorta sektorunda 21 şirkət fəaliyyət göstərir: Naxçıvansığorta ASC, A-Group Sığorta, Ata Sığorta, Atəşgah Sığorta, Atəşgah Həyat sığorta, Azərbaycan Sənaye Sığorta, AzRe Təkrarsığorta, AzSığorta, Bakı Sığorta, Dövlət Sığorta Şirkəti, Günay Sığorta, İpək Yolu Sığorta, Meqa Sığorta, Meqa Həyat Sığorta, PAŞA Sığorta, PAŞA Həyat Sığorta, Qala Həyat Sığorta, Qala Sığorta, Rəvan Sığorta, Xalq Həyat Sığorta və Xalq Sığorta.

2002-ci ilin yanvarın 1-də ölkədə 9 sığortaçı, o cümlədən 38 sığorta şirkəti xidmət göstərmişdir. 2006-cı ildə isə 29 sığorta təşkilatı sığorta bazarında xidmət göstərmişdir. 2003-2008-ci illərə nəzər saldıqda sığorta şirkətlərinin məcmu kapitalı 3,4 dəfə artdığını görürük. 2004-cü ildə Azərbaycanda sığorta bazarında durğunluq olub, 2006-cı ildə isə baxdıqda 6,7 faiz artımın olduğunu müşahidə olunur. 2005-ci ildə sığorta şirkətlərindən dövlət büdcəsinə transfertlər 11 dəfədən çox artaraq məbləğ 5,5 milyon manat olmuşdur. 2008-ci ildə sığorta haqlarının və sığorta ödənişlərinin məbləği 2007-ci ilə nəzərən 21% artaraq 179,26 milyon manata çatmışdır. 2010-cu il üzrə baxdıqda ilin sonunda bir müqavilə üzrə 534 manat orta

ödəniş, 148 manat isə orta sığorta haqqı olmuşdur. Sığorta hüquqları və sığorta ödənişləri 2010-cu ildə həyat sığortasının qeyri-həyat sığortasına müqayisədə aşağı düşmüşdür. Həyat sığortası üzrə 2009-cu ilə nəzər salsaq 897,32 min manat yığımlarına, 443,39 min manat isə sığorta ödənişləri üzrə olmuşdur. 2010-cu ildə 1 457 429,44 manat məbləğ sığorta haqlarından, 332 507,46 manat isə sığorta ödənişlərindən yığılmışdır. (Əliyeva L., 2011).

Bu dövrlərdə sığorta hüquqlarında həyat sığortasının xüsusi çəkisinin olmaması ümumilikdə insanların həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması mühiti, bu sığorta məhsulunun güclü təşviqat səviyyələrinin olmaması və sığorta institutlarının müvafiq inkişaf mühiti ilə bağlıdır. Sığorta bazarı özlüyündə başqa səbəblərdən və bazarlardan, xüsusilə bank bazarından, maliyyə sektorundan, digər şəxslərin rifahından və firmanın maliyyə sabitliyindən asılıdır (Statistika Komitəsi, Bülletenləri,2020).

Cədvəl 1: Azərbaycanda 2011-2020-ci illər üzrə sığorta bazarının inkişaf tempi

İllər	İllik sığorta haqları (milyon manatla)	ÜDM-dəki Pay
2011	213	0,40%
2012	342,5	0,60%
2013	405,7	0,70%
2014	429,2	0,70%
2015	442,9	0,80%
2016	486,1	0,80%
2017	556,9	0,80%
2018	727,95	0,90%
2019	743,3	0,90%
2020	794,8	1,10%

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas göstəriciləri, 2020-ci il

2011-ci ildən başlayaraq sığorta bazarının inkişaf intensivliyi artmağa başlayıb və həmin ildə ümumi sığorta bazarından toplanan sığorta haqlarının məbləği 213 milyon manat olmuşdur. Növbəti ildə toplanmış sığorta haqları 342,5 milyon manata çatıb. 2013-cü ildə daxili bazarda 18 faiz artaraq 405,7 milyon manat məbləğində sığorta haqqı daxil olmuşdur ki, beləliklə həmin dövrdə ÜDM-in 0,7 faizini təşkil edib. 2014-2016-cı illərdə sığorta şirkətləri ümumi sığorta bazarından topladığı sığorta haqlarını nəzərən 6%, 3% , 4,6% artırır. Digər illərdə olduğu kimi,

2017-2020-ci illərdə də sığorta sənayesi davamlı inkişafını davam etdirmiş və 2020-ci ildə sığorta haqları təxminən 800 milyon manatdır.

Cədvəl 2: 2021-ci il üçün hesablanmış sığorta haqları və sığorta ödənişləri haqqında
(şirkətlər üzrə, min manatla)

№	Sığortaçının adı	Sığorta Haqları	Sığorta Ödənişləri
1	“A-Qroup Sığorta Şirkəti” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	104 642	70 652
2	“AtaSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	84 058	55 208
3	“Atəşgah Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	289 100	225 269
4	“Atəşgah” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	156 487	68 324
5	Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	483 786	475 348
6	“Azərbaycan Sənaye Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	90 618	25 898
7	“AzSığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	75 600	49 626
8	“Bakı Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	29 557	5 893
9	“Günay Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	67 774	25 028
10	“İpək Yolu Sığorta” ASC	130 000	11 327
11	“Meqa Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	167 684	31 204
12	"Naxçıvansığorta" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	14 592	2 247
13	“Paşa Həyat Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2 011 009	1 545 291
14	“Paşa Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	1 385 165	460 137
15	“Qala Həyat” Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	118 306	18 738
16	“Qala Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	306 850	34 412
17	"Xalq Həyat" Sığorta Şirkəti Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	36 076	1 066
18	“Xalq Sığorta” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	189 497	136 630
19	"Aqrar Sığorta" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	36 952	387
20	Meqa Həyat Sığorta Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	2 914	-
	Lisenziası ləğv edilmiş sığortaçılar	-	213
	YEKUN	5 780 665	3 242 900

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı, Sığorta icmalı, 2022

Sığorta bazarının inkişafında sığorta şirkətləri həm marketing, həm müştərilərə sığorta təminatı baxımından, həm də bazarda tələb və təklif balansının təmin edilməsində və azad bazar qiymətinin formalaşmasında əsas rol oynayırlar. Ha-hazırda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən və 40-dan çox sığorta xidməti göstərən

20 sığorta şirkəti və 1 təkrarsığorta şirkəti vardır. Cədvəldən görüldüyü kimi, Azərbaycan sığorta bazarının aparıcı şirkətləri PAŞA Həyat Sığorta, PAŞA Sığorta, Dövlət Sığorta Şirkəti, Atəşgah Sığorta və Atəşgah Həyat Sığortadır. Bu 5 şirkətin sığorta haqları Azərbaycan sığorta bazarında ümumi sığorta haqlarının təxminən 70%-ni təşkil edir.

Cədvəl 3: Sığorta (təkrarsığorta) təşkilatları tərəfindən bağlanmış müqavilələr üzrə sığorta məbləği (2020)

Göstəricilərin adı	Hesabat ilində	Əvvəlki ildə	Əvvəlki ilə nisbətən, faizlə
Sığorta sinifləri üzrə cəmi	443401300,3	592928674,4	74,8
Könüllü sığorta	196921197,7	349842644,4	56,3
Həyat sığortası	4060009,8	3482169,0	116,6
Qeyri-həyat sığortası	192861187,9	346360475,3	55,7
Şəxsi sığorta	10138725,8	17047537,7	59,5
ondan:			
- tibbi sığorta	7136353,7	5995724,2	119,0
Əmlak sığortası	182722462,0	329312937,6	55,5
o cümlədən:			
- əmlakın sığortası	49368743,3	139338447,5	35,4
ondan:			
daşınmaz əmlakın könüllü sığortası	23770118,3	32679444,2	72,7
- mülki məsuliyyət sığortası	133091968,1	189728580,3	70,1
- kredit sığortası	32547,1	50956,9	63,9
- qarışıq maliyyə risklərinin sığortası	229203,5	194952,8	117,6
İcbari sığorta	246480102,6	243086030,0	101,4
ondan:			
Sərnişinlərin icbari fərdi qəza sığortası	93756,0	89944,0	104,2
İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta	148724910,1	139368720,4	106,7
Avtonəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası	67174467,7	71871307,0	93,5
Daşınmaz əmlakın icbari sığortası	28579624,5	31038710,1	92,1
Daşınmaz əmlakın istismarı ilə bağlı mülki məsuliyyətin icbari sığortası	647910,0	623446,0	103,9
İcbari sığortanın digər növləri	1246497,6	81203,3	-

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas göstəriciləri, 2020-ci il

Yuxarıdakı göstərilmiş cədvəldə sığorta bazarının cari vəziyyəti haqqında tam təsəvvür yaratmaq üçün geridə qoyduğumuz 2020-ci ildə ölkəmizdə sığorta kateqoriyalarıyla hesablanmış sığorta haqları haqqında məlumat verilmişdir.

2020-ci ildə Azərbaycan bazarında fəaliyyət göstərən 22 sığorta şirkəti tərəfindən bağlanmış müqavilə üzrə ümumi sığorta məbləği 443,4 milyon manat təşkil edir. Bu göstərici əvvəlki illə (2019-cu il) müqayisədə 25,2% azdır. Əsas tendensiyalardan biri yerli həyat və sığorta bazarının artan böyüməsidir. Beləliklə, könüllü sığorta bazarında 2020-ci ildə bağlanmış müqavilələrin ümumi məbləği 2019-cu illə müqayisədə artaraq 4 milyon manata çatıb.

Cədvəl 4: Hesablanmış sığorta (təkrarsığorta) haqları (2020)

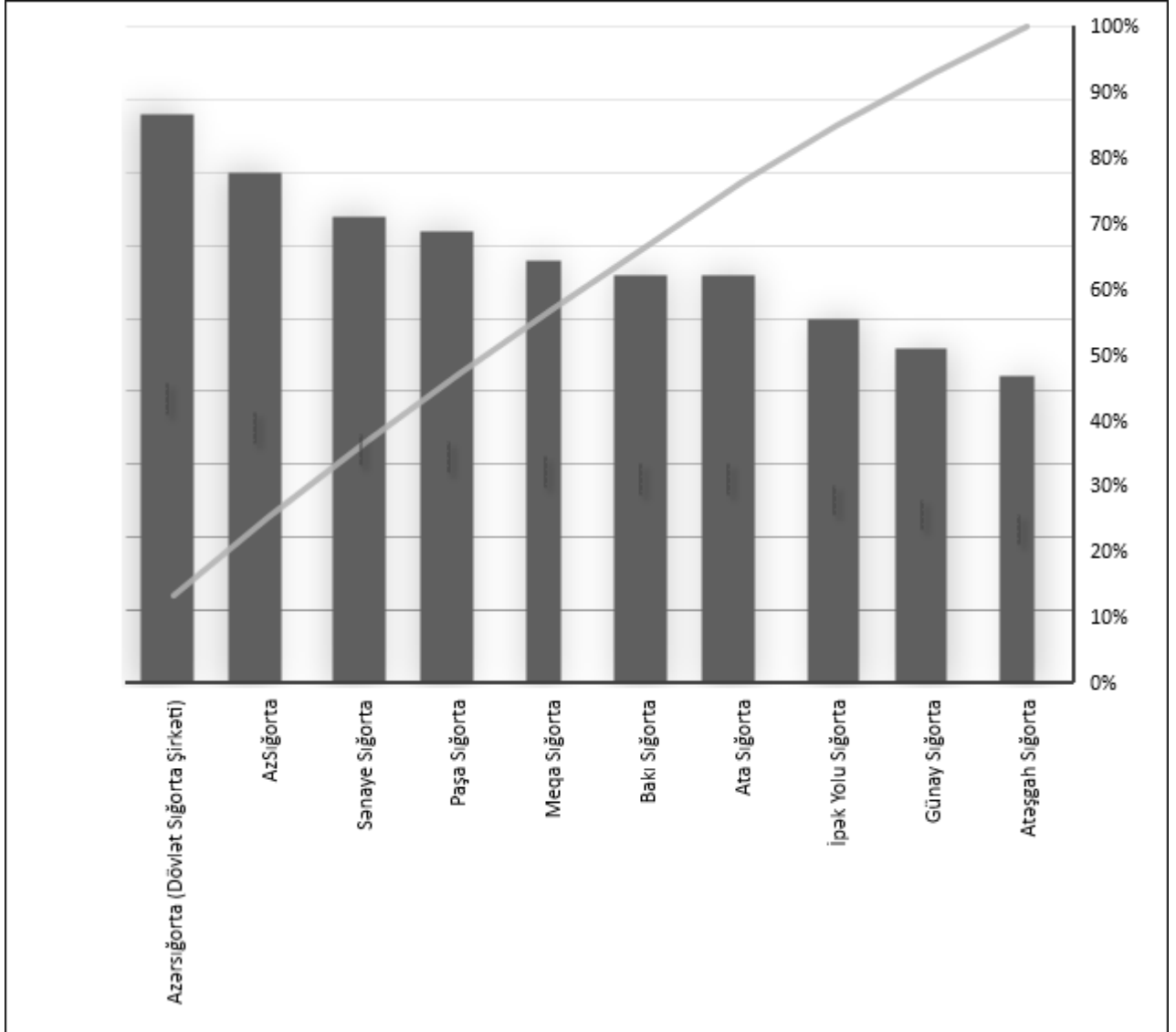
Göstəricilərin adı	Hesabat ilində	Əvvəlki ildə	Əvvəlki ilə nisbətən, faizlə
Sığorta sinifləri üzrə cəmi	794795,7	740580,5	107,3
Könüllü sığorta	524553,6	473516,7	110,8
Həyat sığortası	249913,3	219565,7	113,8
Qeyri-həyat sığortası	274640,3	253951,0	108,1
Şəxsi sığorta	106099,1	104334,1	101,7
Əmlak sığortası	168541,2	149616,9	112,6
İcbari sığorta	270242,1	267063,8	101,2

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, Sığorta təşkilatlarının fəaliyyətinin əsas göstəriciləri, 2020-ci il

Cədvəldən göründüyü kimi Azərbaycanın sığorta bazarında 2020-ci ildə bütün göstəricilərdə artımlar baş vermiş, özəlliklə həyat sığortasında 2019-cu ilə nisbətən 30 milyon manatlıq bir artım olmuşdur. Digər bir müşahidə olunan müsbət tendensiya isə ildən-ilə həyat və qeyri-həyat sığortalarının tarazlaşmasıdır ki, bu da Azərbaycanda həyat səviyyəsinin artımına işarədir.

Azərbaycan 40-a yaxın sığorta məhsulu təklif etsə də, inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə bu say az hesab olunur. 39 fərqli sığorta məhsulu satan Dövlət Sığorta Şirkəti (Azersığorta), təqdim etdiyi xidmət sayına görə yerli sığorta şirkətləri arasında birinci yerdədir.

Qrafik 1: Azərbaycanda fəaliyyət göstərən, ən çox xidmət və məhsul sayına malik 10 sığorta şirkəti



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanıb

2014-2016-cı illərdə ölkədə və dünyada yaşanan müxtəlif iqtisadi böhranlar nəticəsi olaraq sığorta şirkətlərinin fəaliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə azalmış, lakin fəaliyyətini uğurla davam etdirən az miqdarda şirkət tam bazar liderliyini ələ keçirmişdir. Bu, müəyyən mənada rəqabətli bazardan oliqopolist bazara keçid demək idi. 2018 və 2019-cu illərdə cəmi 5 şirkətin (Atəşgah Həyat Sığorta, PAŞA Həyat Sığorta, PAŞA Sığorta, Atəşgah Sığorta və Azəri Sığorta) sığorta haqları ümumi bazarın yarısından çoxunu əhatə edib.

Cədvəl 5: 2019-2020-ci illər üzrə bazar payları

Şirkətlər	2019 Yığım AZN	2020 Yığım AZN	2019 Bazar payı	2020 Bazar payı	2019/2020 Dinamika
“Paşa Sığorta” ASC	150 176,91	163 453,36	38%	39%	9%
Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti	49 066,51	49 122,29	12%	12%	0%
“Qala Sığorta” ASC	26 786,91	32 838,18	7%	8%	23%
“Xalq Sığorta” ASC	28 340,23	31 181,96	7%	7%	10%
“Meqa Sığorta” ASC	21 815,17	28 614,55	5%	7%	31%
“Atəşgah” Sığorta ASC	36 883,80	25 357,86	9%	6%	-31%
“İpək Yolu Sığorta” ASC	18 495,23	17 320,41	5%	4%	-6%
“A-Qroup Sığorta Şirkəti” ASC	15 124,51	17 054,06	4%	4%	13%
“Azsığorta” ASC	15 288,88	15 912,59	4%	4%	4%
“AtaSığorta” ASC	18 093,56	13 889,37	5%	3%	-23%
“Günay Sığorta” ASC	7 222,01	9 044,95	2%	2%	25%
“Azərbaycan Sənaye Sığorta” ASC	5 631,55	9 042,29	1%	2%	61%
“Bakı Sığorta” ASC	1 140,11	2 062,45	0,30%	0,50%	81%
"Naxçıvansığorta" ASC	546,17	1 671,11	0,10%	0,40%	206%
“Rəvan Sığorta” ASC	3 185,05	1 077,92	1%	0,30%	-66%
Cəm: Qeyri Həyat	397 796,63	417 643,34	100%	100%	
“Paşa Həyat Sığorta” ASC	180 106,53	208 513,48	81%	80%	16%
“Atəşgah Həyat” ASC	31 161,90	34 268,47	14%	13%	10%
“Qala Həyat” Sığorta Şirkəti ASC	11 351,96	13 451,69	5%	5%	18%
"Xalq Həyat" Sığorta Şirkəti ASC	870,52	3 005,68	0,40%	1%	245%
Cəm: Həyat	223,490,90	259 239,32	100%	100%	16%

Mənbə: Azərbaycan Sığortaçılar Assosiyası, Bülluten, 2020

2.3 İnkişaf etmiş ölkələrin sığorta sistemindəki innovativ həlləri və qlobal sığorta bazarındakı lider şirkətlərin təmsalında innovasiya fəaliyyəti

İlk baxışda əşyaların interneti (IoT), blokçeyn və bulud texnologiyasının qısa müddətdə biznes proseslərinə daxil edilməsi yüksək sərmayə tələb etdiyindən şirkətlər tərəfindən skeptik yanaşmaya məruz qalır. Lakin uzun və orta perspektivdə qeyd olunan yeni texnologiyalarla sığorta sektorunda xərclərin azalacağı və effektivlik səviyyəsinin yüksələcəyi gözlənilir (Klapkiv., 2018). Sektoru inkişaf etdirən və fərqləndirən bu yeni texnologiyaların risklərin idarə edilməsində artıq effektiv olduğu müşahidə edilir. Sığorta texnologiyası, yəni InsurTech dediyimiz

konsepsiya, mövcud sığorta anlayışı ilə texnologiyanın gətirdiyi yeniliklərdən istifadə edərək qənaət və səmərəliliyin artırılması deməkdir. Ona görə də sığorta və texnologiya sözləri birləşərək əmələ gəlib (Lin L., Christopher C., 2019: s. 4).

Başqa bir tərifə görə, sığorta texnologiyaları sığorta sənayesinə (sığorta şirkətləri, agentliklər, banklar) kouçinq və maliyyə dəstəyi verən və müştərilərin həyatını asanlaşdırmaq üçün riskləri minimuma endirəcək bütün innovativ texnologiyaların işlənilməsinə təmin edən sistemdir. Sığorta sənayesində getdikcə daha çox istifadə edilən beş əsas texnologiyanı sadalaya bilərik.

Mobil tətbiqlər. Mobil tətbiqlər smartfon və ya planşet kimi portativ cihazlar üçün nəzərdə tutulmuş proqram təminatıdır. Bir çox sığorta şirkətləri öz məhsul və xidmətlərini portativ ağıllı cihazlarda təklif etmək üçün mobil tətbiqlərdən istifadə edirlər. Son illərdə dünyada bir çox sığorta şirkəti müştərilərə sığorta ödənişlərinin verilməsi, sığortanı onlayn aktivləşdirmək və ya ləğv etmək kimi tapşırıqları yerinə yetirməyə imkan verən mobil proqramlar istifadə edirlər.

Süni intellekt, alqoritmlər və maşın öyrənməsi. Süni intellekt insan zəkasının yerinə yetirəcəyi əməliyyatları həyata keçirmək üçün kompüter sistemlərinin inkişafıdır. Maşın öyrənməsi süni intellektin bir hissəsidir və emal olunan məlumatları alqoritmlərə uyğunlaşdıraraq əməliyyatların avtomatik yerinə yetirilməsini təmin edən bir sistemdir. Sığorta sənayesində süni intellekt xüsusi təcrübə təmin edən və ya tapşırıqın yerinə yetirilməsinə imkan verən proqramları əhatə edir (Kumar N., Srivastava J. və Bisht H., 2019: s. 80-81). Məsələn, Süni intellekt (AI) vasitəsilə sığorta məhsulu və ya xidmətinə aid suallara cavab verən onlayn chatbotlar yaradılır. İstehlakçı chatbot ilə əlaqə saxladıqda, chatbot istehlakçının təqdim etdiyi məlumatı götürür və alqoritmə daxil edir. Alqoritmədə qeyd olunan protokollar əsasında chatbot istehlakçının sualına cavab verir. Söhbət irəlilədikcə, chatbot real vaxt rejimində maşın öyrənməsindən istifadə edərək daha çox suala cavab verməyə başlayır. Sığorta sənayesində çalışanların fikrincə, sığortaçılar istehlakçının risk profilinin nə olduğunu müəyyən etmək üçün digər texnologiya mənbələrindən alınan məlumatları təhlil etmək üçün alqoritmlərdən istifadə edir və

sonra risk profilinə əsasən istehlakçının mükafat dərəcəsini müəyyənləşdirirlər (Cardona D. və başqaları, 2019: s. 15-17).

Böyük verilənlər. Böyük verilənlər böyük həcmli məlumatların məcmusu olub tendensiyaları, nümunələri və hadisələrin xüsusiyyətlərini müəyyən etmək üçün analitika və maşın öyrənməsindən istifadə edərək təhlil edilir. Sığorta sənayesi istehlakçı məlumatlarını təhlil etmək, risk modellərini və qiymət riskini müəyyən etmək və risk hovuzu haqqında məlumatı təhlil etmək daxil olmaqla, böyük verilənlərdən müxtəlif yollarla istifadə edir. Sığortaçılar məhsullara daha dəqiq zəmanət vermək üçün böyük məlumatlardan da istifadə edirlər. Məsələn, sığortaçı istehlakçıların onlayn nə aldıkları və ya onlayn sığorta üçün necə alış-veriş etdikləri kimi geniş məlumat dəstlərindən müəyyən edilmiş amillər əsasında yüksək və ya aşağı riskli olduğunu müəyyən etmək üçün böyük verilənlərdən istifadə edə bilər. Bu, kreditorların böyük məlumatlardan istifadəsinə bənzəyir. Əvvəlki hesabatımızda qeyd etmişdik ki, kreditorlar sosial media saytlarından toplanmış real vaxt rejimində qeyri-ənənəvi məlumatlardan istifadə edərək riskləri qiymətləndirmək və kredit qərarları vermək üçün böyük datadan istifadə edirlər (Zheng G., 2020: s. 286).

Əşyaların İnterneti. Əşyaların İnterneti qısaca olaraq IoT kimi tanınır. Bu texnologiya məlumat toplamaq, göndərmək və emal etməyə imkan verən veb-aktiv smart cihazlardan ibarətdir. IoT cihazları toplanmış məlumatları şlüz vasitəsilə ötürür, onu bulud sistemə və ya verilənlərin təhlil oluna biləcəyi fərqli son cihaza qoşaraq paylaşır. IoT cihazları işlərinin çoxunu insan müdaxiləsi olmadan, bir-birindən aldıkları məlumatlara uyğun olaraq digər əlaqəli cihazlarla əlaqə quraraq yerinə yetirirlər (Bhayani M., Patel M., və Bhatt C., 2016: s. 343).

Əşyaların İnterneti sığorta sənayesində riskləri izləmək, azaltmaq, problemləri aşkar etmək və potensial sığorta iddialarını azaltmaq səbəbilə istifadə edilə bilər. Məsələn, ev sahibinin elektrik enerjisinin kəsildiyi və daxili temperaturun aşağı düşdüyü zaman xəbərdarlıq göndərən ağıllı ev termostadı ola bilər. Ev sahibi problemi real vaxt rejimində həll edə bilsə, donmuş boruların partlaması riskini azalda bilər və potensial olaraq itki və sığorta iddiası aradan

qaldırıla bilər. CBInsights-a görə, sığortaçılar real vaxt rejimində monitoring təklif etmək üçün bu texnologiyaları təmin edən Insurtech firmaları ilə əməkdaşlıq edirlər (Xiao Z., 2020: s. 3-5).

Dronlar. Dronlar uzaqdan idarə olunan pilotsuz hava sistemləridir. Sığortaçılar müxtəlif məqsədlər üçün sığorta sənayesində dronlardan istifadə edirlər. Məsələn, sığortaçılar evə və ya əkin sahəsinə dəyən zərərin miqdarını müəyyən etmək məqsədi ilə fəlakət zonasının havadan görünüşünü çəkmək üçün dronlardan istifadə edirlər. Sığorta şirkətləri həmçinin iddiada sığortalının təqdim etdiyi məlumatları yoxlamaq və görüntüsü çətin əldə edilə bilən ərazilərinin yaratdığı riski müəyyən etmək üçün dronlardan istifadə edirlər (Akkor D., Ozyuksel S., 2020: s. 87).

Telematik cihazlar. Telematika telekommunikasiya, avtomobil texnologiyaları, elektrik mühəndisliyi və kompüter elmlərini əhatə edən bir sahədir.

Telematika aşağıdakılardan hər hansı birini əhatə edə bilər:

-Uzaq obyektləri idarə etmək üçün telekommunikasiya cihazlarından istifadə etməklə məlumatın göndərilməsi, qəbulu və saxlanması texnologiyası

-Hərəkətdə olan tətbiqləri və nəqliyyat vasitələrini idarə etmək üçün telekommunikasiya və informatikadan inteqrasiya olunmuş istifadə

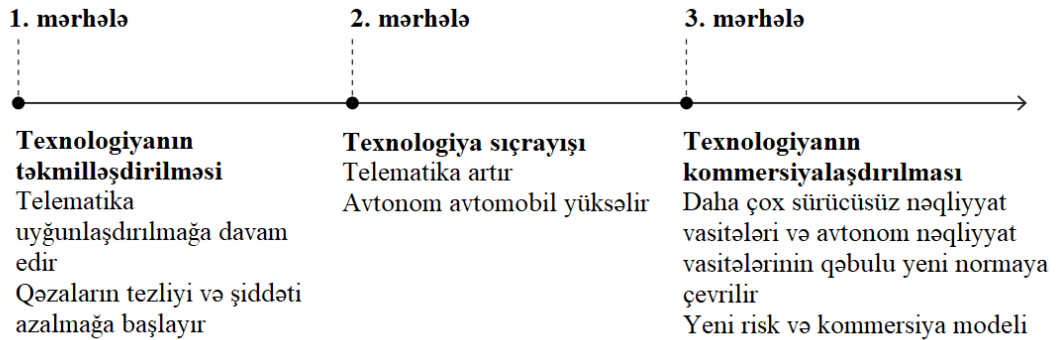
-Avtomobil naviqasiya sistemlərində kompüterlər və mobil rabitə texnologiyaları ilə inteqrasiya olunmuş qlobal naviqasiya peyk sistemi texnologiyası.

Telematika tez-tez GPS, sürət və digər məlumatları ötürmək üçün sensorlardan istifadə edir. Məsələn, avtomobildəki sensorlar sürücünün davranışı (sürət, sərt əyləc və dönmə radiusu kimi) haqqında məlumat verə bilər. Sığortaçı bu məlumatdan sürücünün risk profilini və həmin sürücü üçün mükafat dərəcəsini müəyyən etmək üçün istifadə edə bilər (Gvozdenović N., Uzelac O., 2018: s. 35).

Yuxarıda sadalanan texnologiyalar sadəcə ayrılıqda deyil birlikdə də tətbiq edilə bilər. Məsələn, sığorta şirkətləri avtomobil sığortası polisini müştərinin nəqliyyat vasitəsinin yaşı və sığorta məlumatları kimi məlumatlardan hesablayır və nəticədə sığorta polisinin qiymətini müəyyən edir. Bununla belə, sığorta texnologiyaları vasitəsilə riskləri müəyyən etməklə, nəqliyyat vasitəsinin və

müştərinin istifadə-davranış analizini apararaq daha səmərəli sığorta polisi hazırlaya bilər. Telematika və sürücüyə yardım sistemləri kimi yeni texnologiyaların istifadəsinin yayılması avtomobil sığortası sektoruna da öz təsirini göstərəcəkdir. Uzunmüddətli perspektivdə avtonom avtomobillər gələcəkdə avtomobil sığortasının fəaliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişəcək.

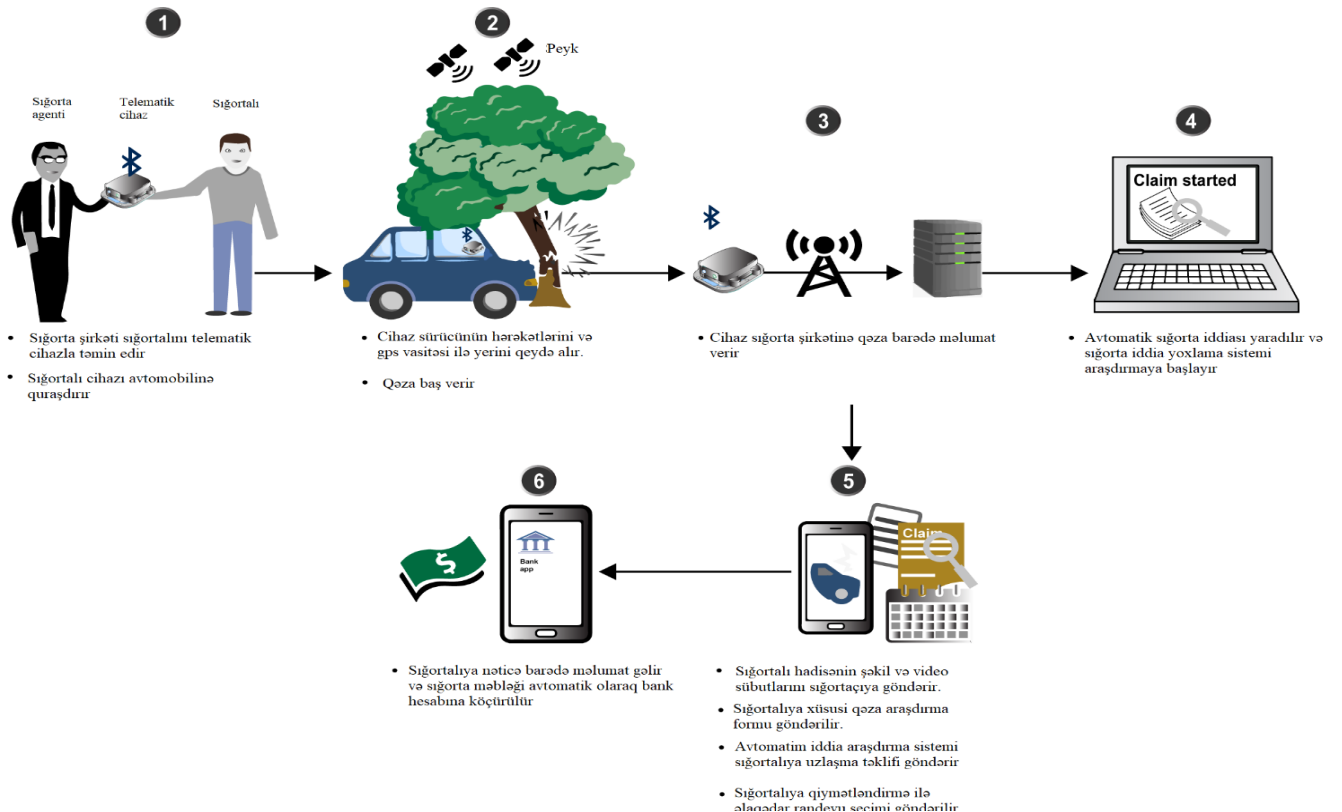
Şəkil 1: Avtomobil sığortasına təsir edəcək tendensiyalar



Mənbə: Sandhu A., Chen S., Rochlani A., Tay J. H., Thamri B., 2020, s. 11

Sığortaçıların iddia prosesini avtomatlaşdırmaq üçün istifadə edə biləcəyi texnologiya növlərinə dair nümunələr Şəkil 1-də göstərilmişdir.

Şəkil 2: Müasir texnologiyadan istifadə etməklə



Mənbə: Sandhu A., Chen S., Rochlani A., Tay J. H., Thamri B. (2020) 2020, s. 11

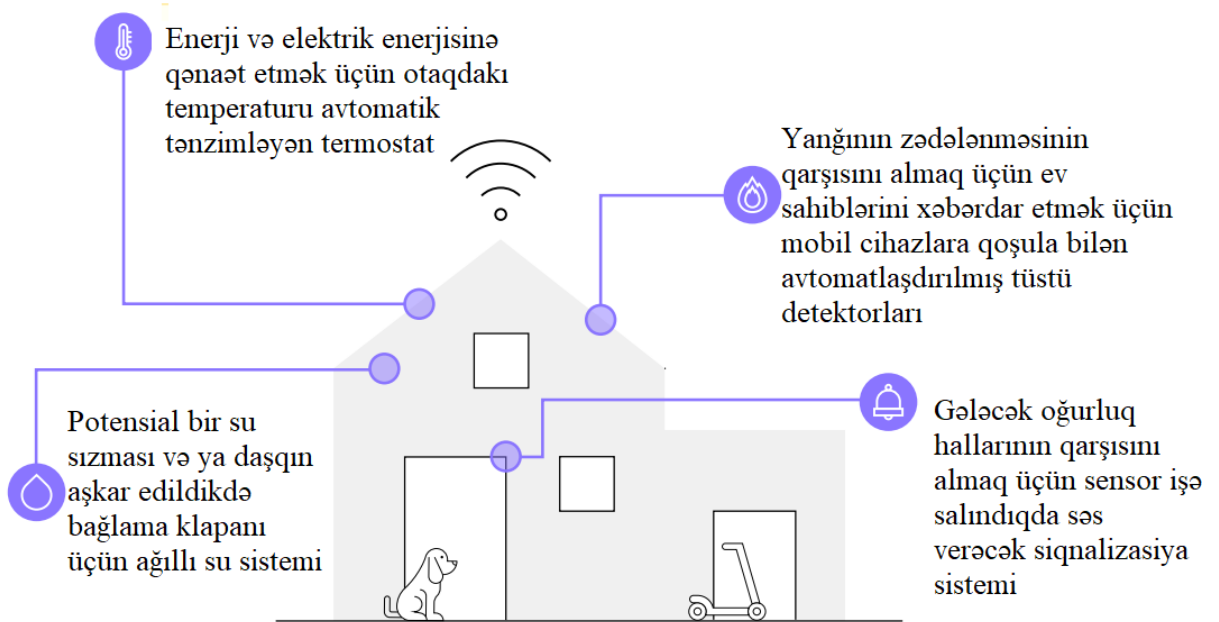
Həyat sığortasında da texnoloji yeniliklər təkamül etməkdə davam edir və InsurTech bu təkamüldə mühüm rol oynayır. Məhsul innovasiyası üçün InsurTech, anderraytinq proseslərini təkmilləşdirmək üçün məlumatlardan istifadə edərkən, həyat sığortasına daha sürətli və asan çıxış təmin etmək üçün mobil dəyər təkliflərinə və fərdiləşdirməyə diqqət yetirir. Məsələn, Ladder müştərilərə lazım olduqda əlavə sığorta ödənişi planlamağa və ya ödənişi azaltmağa imkan verən məhsul təklif edir. Bu, tam ehtiyaclara əsaslanan, asan başa düşülən və sığortaçı ilə müştəri arasında daha yaxşı əlaqə yaratmağa kömək edən daha dinamik mükafatlandırma sisteminə imkan yaradır. InsurTech, hədəflənmiş müştəri əhatəsini yaxşılaşdırmaq üçün mobil və rəqəmsal kanallardan istifadə edir. InsurTech şirkəti Bestov alqoritmlə işləyən həyat sığortası anderraytinq məhsulunu, Protect API-ni istifadəyə verib. Bu, şirkətlərə öz mobil tətbiqləri və ya veb saytları vasitəsilə birbaşa istehlakçılara həyat sığortası təklif etməyə imkan verir. Sığorta məbləğləri həmçinin hər bir fərdi həyat sığortaçısının seçimləri əsasında fərdiləşdirilə bilər. Bu texnologiya həyat sığortaçılarına istehlakçıların artıq bildiyi və güvəndiyi platformada səmərəli, sərfəli və fərdiləşdirilmiş sığorta ödənişləri təklif etmək imkanı verir (Sandhu və başqaları., 2020: s. 11). Sağlamlıq sığortası da sığorta şirkətlərinə müştərilərinin sağlamlığı haqqında dəyərli məlumatlar təqdim edən Fitbit kimi taxıla bilən biometrik sensorlarla (ağıllı saatlar) transformasiyaya məruz qalacaq. İnsanların məşq vərdişləri, ürək döyüntüsü və qan təzyiqi də daxil olmaqla həyati əlamətlər haqqında məlumatları sığorta şirkətləri tərəfindən əldə edildikcə sağlamlıq sığorta polislərinin qiymətləndirilməsi və yazılması üsulu dəyişəcək (Institute of International Finance, 2016: s.9).

InsurTech sığortanı sadələşdirmək və rəqəmsallaşdırmaq üçün süni intellektdən istifadə edərək sığorta iddialarına da rəhbərlik edir və bununla da fərdlərə uyğunlaşdırılmış məhsulları tövsiyə edir. Məsələn, Sinqapurdakı PolicyPal AI chatbotları vasitəsilə sığorta strategiyaları optimallaşdırılır və müştərinin həyat mərhələsinə əsaslanan polislər tövsiyə edilir. O, rəqəmsal sığorta meneceri kimi xidmət edir, müştərinin fərqli davranışlarını izləyir və müştərinin unikal

ehtiyaclarına əsaslanaraq sığorta təminatını necə yeniləmək barədə tövsiyələr verir (Sandhu A., Chen S., Rochlani A., Tay J. H., Thamri B.,2020: s. 11).

Məlumatların toplanması və aşkarlanması funksiyalarını yerinə yetirən əşyaların internetindən istifadə nəticəsində sığortaçılar üçün əmlak risklərinin idarə olunması ilə bağlı yeni fürsətlər ortaya çıxarır. Ağıllı evlərdə quraşdırılmış rəqəmsal sensorlar baş vermə ehtimalı olan qəzaların qarşısını almağa kömək edə biləcək real vaxtda proaktiv xəbərdarlıqlar verə bilər. Məsələn, ağıllı tüstü siqnalı hər hansı yanğın əlamətlərini aşkar etməyə kömək edə bilər və ev sahibini yanğın nəzarətdən çıxmazdan əvvəl hərəkətə keçməsi üçün dərhal xəbərdar edə bilər. Bu texnologiyaların tətbiqi sığortaçılara xərcləri azaltmağa kömək edə bilər və müştərilərə daha az mükafat ödəməsi və daha az çətinliklə üzləşməsi ilə nəticələne bilər. Nəhayət, sığortaçılar maliyyə təhlükəsizliyi biznesi kimi ənənəvi rolundan kənara çıxaraq, müştərilərinə riskləri proaktiv şəkildə idarə etməyə kömək edən şirkətə çevrilə bilərlər.

Şəkil 3. Ağıllı ev sensorları



Mənbə: Sandhu A., Chen S., Rochlani A., Tay J. H., Thamri B. (2020) 2020, s. 16

Sığorta sahəsində global lider olan bəzi şirkətlər artıq innovasiyaları biznes strategiyalarının ayrılmaz hissəsinə çeviriblər. Bu şirkətlər siyahısında dünyanın dördüncü ən böyük sığorta şirkəti olan Allianz da yer alır. Avtomobil, sağlamlıq və

səyahət sığortası sahəsində bilik və təcrübəsindən istifadə edərək, Allianz Partners texnoloji yenilikləri daha da mənimsədi və 2014-cü ildə istifadəyə verilmiş qabaqcıl Avtomobil İnnovasiya Mərkəzinin uğurundan sonra səyahət və sağlamlığa diqqət yetirən üç yeni innovasiya mərkəzi yaratdı. Fərqli funksional komandalarda və xarici tərəfdaşlarla sıx əməkdaşlıqda innovasiya mərkəzləri rəqəmsal oyunçulardan, startaplardan və sənaye biznes tərəfdaşlarından təcrübəyə cəlb etməklə innovativ prosesləri, məhsulları və biznes modellərini konseptuallaşdırır, sınaqdan keçirir və həyata keçirir (Allianz Partners: 2018):

- Səyahət İnnovasiya Mərkəzi səyahətçinin səyahətinin rəqəmsallaşdırılması üzərində işləyir. Nümunə olaraq, komanda bu yaxınlarda proaktiv səyahət sığortasını işə salıb, müştərilərin səfərləri hava limanında və ya stansiyada gözləyərkən gecikdikdə avtomatik olaraq ödənişləri işə salıb.

- Sağlamlıq İnnovasiya Mərkəzi qabaqcıl sağlamlıq və həyat xidməti təklifləri yaradır. Potensial tibbi vəziyyəti aşkar etmək üçün qiymətləndirmə vasitəsilə simptom yoxlayıcı (istifadəçiyə rəhbərlik edən xidmət) kimi xidmətlərin uğurla işə salınması sayəsində sürətlə böyüyən komanda indi qlobal video məsləhət platformasını işə salır.

- Yardım və Açıq İnnovasiya Mərkəzi Rəqəmsal Risklər və Ağıllı Ev Xidməti təklifləri kimi qabaqcıl həllər üzərində işləyir. Bundan əlavə, o, Süni intellekt, Chatbot, Voicebots və Blockchain kimi mövzularda təcrübə toplayır. Son uğurlara sığorta sənayesində ilk dəfə mobil ödəniş Allianz Prime-ın pilot tətbiqi daxildir.

- Avtomobil İnnovasiya Mərkəzi avtomobil istehsalçıları ilə E-Hərəkət, Avtonom Sürmə və Paylaşılan Mobillik kimi strateji mövzularda sıx əməkdaşlıq etməklə məşhurdur. Son uğurlara Car2Go kimi paylaşılan avtomobil təminatı, EasyMile kimi avtonom sürücülük təminatçıları ilə beynəlxalq əməkdaşlıq və Seat və Opel kimi avtomobil markaları ilə istifadəyə əsaslanan sığorta məhsulunun təqdim edilməsi daxildir.

İnnovativ sığorta həllərindən danışarkən qeyd olunması zəruri olan digər bir şirkət isə İtalyan Generali şirkətidir. Generali bir çox innovativ layihələrinə görə Qlobal İnnovator 2021 seçilib. Generali-nin bəzi innovasiya həlləri arasında onun

Ağıllı Avtomatlaşdırma Mərkəzi, Nəqliyyat vasitələrinin Rəqəmsal İdarəetməsi və coğrafi məlumatlardan istifadə edən süni intellektlə gücləndirilmiş anderraytinqdən istifadə daxildir. Generalinin yeniliklərinin son nümunələri bunlardır (Malhotra R., 2021):

- bAIby: Magistral Yol Parametrik Mikrosığortası üçün istifadə edilən, gecikmələr zamanı ödənişin avtomatik geri qaytarılmasını təmin edən süni intellektə əsaslanan cihaz;

- Smart Savings: kart əməliyyatlarını yuvarlaqlaşdırmaqla pensiyaya avtomatik töhfələr;

- Smart Gallery Pro: avtomatik iddiaları asanlaşdırmaq üçün şəkillərdən istifadə edən süni intellektə əsaslanan həll;

- City Forward: daşınmaz əmlak investisiyalarını idarə edən proqnozlaşdırıcı maşın dili modeli.

İnnovasiya və Rəqəmsal İT Transformasiya strategiyasının əsas elementi Generali-nin biznes transformasiyasını sürətləndirən və əməliyyat səmərəliliyini artıran Ağıllı Avtomatlaşdırma Mərkəzidir. Smart Automation robot avtomatlaşdırmanı sadə təkrarlanan tapşırıqlara tətbiq etməkdən ibarət deyil. Generali üçün bu, davranışları, məzmunu və məlumatları müəyyən etmək və prosesləri təhlil etmək, prioritetləşdirmək və avtomatlaşdırmaq üçün istifadə olunan metodologiya və texnologiyaların birləşməsidir. Bu, şirkətin əməliyyatlarında və istifadəçi təcrübəsində əhəmiyyətli təkmilləşdirmələrə imkan verən dəyər yaratmaq üçün innovativ yanaşmadır.

III FƏSİL. SİĞORTA HADİSƏLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ MÜTƏRƏQQİ DÜNYA TƏCRÜBƏLƏRİNİN AZƏRBAYCANDA TƏTBİQİ İMKANLARI

3.1 Sığorta hadisələrinin tənzimlənməsində Kanada, Türkiyə, Fransa təcrübəsi və Azərbaycanla müqayisəsi

İnsurTech təşəbbüslərinin Türkiyə sığorta sektorunun dinamikasını dəyişdirəcəyi və sürətli hərəkət edən şirkətlərin rəqabətlərindən bir addım öndə olacağı bir həqiqətdir (Yıldız., 2017). Bu bəyanatın əsas səbəblərini belə izah etmək olar: Sığorta sektoru qaydalara uyğunlaşmaq üçün çox səy göstərir. Qeyri-həyat sığortası, kasko və fərdi pensiya sistemlərindəki inkişaf sığorta sektorundan son 2 il ərzində IT və Ar-İN sahələrinə sərmayə qoymağı məcbur etdi (Eroğlu., 2018).

Digər tərəfdən, bəzi şirkətlər mobil və rəqəmsal dünyadakı inkişafı izləyə bilmək üçün daxili innovasiya proqramlarını işə salıblar. Bununla belə, bu daxili söylərin məhsul və xidmətlərə çevrilməsi müəyyən vaxt tələb edir. Belə bir zamanda startaplarla əməkdaşlıq etmək və bu startapların məhsul və xidmətlərini yeni məhsullar təklif etmək üçün öz məhsullarına və kanallarına inteqrasiya etmək ağıllı addım olardı. İstehlakçıların özəl sığorta məhsulları ilə bağlı gözləntiləri yüksəkdir. Sığortalılar artıq sığorta şirkətlərinin internet saytlarına daxil ola, zəng mərkəzləri və agentliklər vasitəsilə sorğular verə bilirlər. Bununla belə, istehlakçılar artıq bir çox əməliyyatlarını onlayn həyata keçirməklə tanışdırlar və onlar sığorta xidmətlərinə mobil kanallar vasitəsilə daxil olmaq istəyirlər. Mobil telefondan istifadə edərək taksi çağırmaq, pul köçürmələri göndərmək və ya qəbul etmək, yemək sifariş etmək, uçuş bileti almaq, mənzil kirayələmək və s. bu günlərdə mobil cihazlardan istifadə etdiyimiz nümunələrdən yalnız bir neçəsidir. Mövcud özəl pensiya fondlarına baxmaq, vəsait almaq və ya satmaq, sağlamlıq məhdudiyyətlərini görmək, həkimə müraciət etdikdən sonra xidmətlərin göstərilməsini təsdiqləmək. Bu və bir çox digərləri sığortalıya rahatlıq gətirən xidmətlər ola bilər. Əslində, bu cür tətbiqlərin mövcud olması yol sığortasında ediləcək ilk dəyişikliklərlə bir zərurətə çevriləcək (Eroğlu., 2018).

Ağıllı və özünü idarə edən avtomobillərdəki irəliləyişlərlə sürücü qəza, məsuliyyət və sığorta kimi anlayışlar yenidən formalaşdırır. Yol-nəqliyyat hadisəsində iştirak edən iki ağıllı nəqliyyat vasitəsi qəza anında topladıqları məlumatları qəza zamanı məsuliyyətin hesablanması üçün sığorta mərkəzinə ötürür. Bu tendensiyalar aydın göstərir ki, sığorta şirkətləri yeni məhsullar təklif etmək üçün İnsurTech startapları ilə əməkdaşlıq etmək üçün sürətli hərəkət etməlidirlər. Sığorta şirkətlərinin dünyada baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşmaları üçün rəqəmsal sığorta məhsullarının təqdim edilməsinə əsaslanan qaydaların yenilənməsi bu dəyişikliyin mühüm cəhəti olacaqdır. Sığorta Məlumat və Monitorinq Mərkəzi sektor adından həm korporativ proseslərə, həm də sığortalılara təklif olunan xidmətlərin rəqəmsallaşdırılmasına sərmayə qoyur.

Sığorta nəhənglərinin bir çoxunun ənənəvi üsulları bir kənara qoyaraq sürətlə inkişaf edən İnsurTech firmalarına çevriləcəyinə inanılır. Türk sığorta şirkətlərinin İnsurTech firmalarına böyük sərmayə qoyacağı gözlənilir. İnsurTech investisiyalarının Türkiyə sığorta sektorunda böyüməsi gözlənilən seqmentlər arasında aşağıdakılar var:

1. Ticarət sahələri və əminlik;
2. Bot firmalarının iddiaların həllindən əvvəl istifadə etdiyi yazışmalar, qərara dəstək sistemləri və virtual yardım üçün süni intellektdən istifadə;
3. Dünyanın hər gün bir-birinə daha çox bağlanması ilə Sığorta İnterneti;
4. Texnologiya ilə dəstəklənən kiber sığorta həlləri və xidmətləri.

Bu transformasiyanın bir çox sahələrə təsir edəcəyi və təkcə firmaların deyil, texnoloji işçi qüvvəsinin də diqqətini ənənəvi sığorta sektorundan İnsurtech-ə yönəldəcəyi gözlənilir (Eroğlu., 2018).

Türkiyədə sığorta hiylələrinin qarşısını almaq üçün ən çox İnsurTech ekosistemindən istifadə edilir. SAS (Fraud Framework for Insurance) texnologiyasının istifadəsi ilə Türkiyədə sığorta sektorunda dələduzluq hadisələrinin sayı azalır. Sığorta Məlumat və Monitorinq Mərkəzinin vizyonu sektorun böyüməsini təmin etmək və Türkiyə sığorta sektorunun gəlirliliyini artırmaq üçün həllər təklif etməkdir. Belə ki, bu mərkəzin əsas strategiyalarından biri sektorun

gəlirliliyinə əhəmiyyətli və mənfi təsir göstərən sığorta pozuntusu problemi ilə mübarizə aparmaqdır. Sığorta Məlumat və Monitoring Mərkəzi bu vizyona əsaslanaraq, bu istiqamətdə ən yaxşı nəticələrə nail olmaq üçün texnoloji həllər axtarır. Türkiyədə sığorta iddiaların sayı hər il 2,5 milyona çatır (Acer., 2017).

Hər il ümumilikdə 16 milyon yol sığortası və 5 milyon kasko polisi verilir. Bütün bu məlumatları emal edərək, dələduzluq şəbəkələrini üzə çıxarmaq üçün qabaqcıl analitik həll tələb olunurdu. Türkiyə Sığorta Məlumat və Monitoring Mərkəzi firıldaçılıqla mübarizə məqsədilə SAS (Fraud Framework for Insurance) proqram təminatına əsaslanan sistem qurdu (Güzey., 2018).

Bu sistem daxili analitik modellərdən istifadə edərək sığorta şirkətləri tərəfindən təqdim edilən bütün məlumatları şərh edir və maraqlı tərəflər arasındakı əlaqələrə əsasən sığortalı üçün risk ehtimalını azaldır. Sosial şəbəkə təhlili kimi təqdim edilən bu şəbəkə Sığorta Məlumat və Monitoring Mərkəzinə bütün maraqlı tərəflər arasında əlaqələri nəzərdən keçirməyə imkan verir. Sistem həmçinin əvvəllər saxtakarlıq kimi müəyyən edilənlərə oxşar faylları axtarır. Daha sonra Monitoring Mərkəzi hazırladığı risk ballarını sığorta şirkətləri ilə bölüşür. Buna baxmayaraq, Türkiyə Sığorta Dərnəyinin nəzdində fəaliyyət göstərən Saxtakarlıqla Mübarizə Bürosu tərəfindən hər hansı mütəşəkkil cinayətlər araşdırılır və bu təşkilatların ittiham olunması üçün lazımi tədbirlər görülür. Türkiyə İnsurTech baxımından çox perspektivlidir. Bunun səbəbi isə sosial quruluş və gənc əhalidir. Buna görə də, mövcud vəziyyəti oxuya bilən startaplar varsa, həmişə investorlar olacaq. Burada önəmli olan investorların sığortanın arxasında duran məntiqi bilmələridir. Sığorta şirkətləri yaxşı startapları cəlb edəcək mexanizmlər qura bilərlər. Bir vaxtlar banklar belə bir yanaşma nümayiş etdiriblər və biz sığorta sektorunda da eyni hadisənin şahidi olacağıq.

Türkiyədə sığorta sektorunda texnologiyanın inkişafı üçün atılacaq ən mühüm addım şəxsi məlumatların qorunmasıdır. Şəxsi məlumatların qorunması da sığortanın ən mübahisəli məsələlərindən biridir. Bəzi sığorta filialları üçün həyati əhəmiyyət kəsb edən şəxsi məlumatların paylaşılması ilə bağlı qaydalara tam riayət olunmaması sığorta şirkətlərinin biznesinə zərər verə bilər (Ünan., 2018).

Türkiyədə 7 aprel 2018-ci ildə Fərdi Məlumatların Qorunması Qanunu qüvvəyə minib. Qanuna görə, şəxsi məlumatlar aidiyyəti şəxsin aydın razılığı olmadan ötürülə bilməz. Şəxsin açıq müraciəti olmadan xaricə köçürülə bilməz. Sığorta şirkətləri yeni qaydalara uyğun olaraq öz biznes proseslərini vaxtında keçirməlidirlər. Türkiyədə və qlobal sığorta bazarında İnsurTech-in üsyanının səbəb ola biləcəyi mümkün problemlər bunlardır:

1. Müştəri yönümlü həllər yarada bilməmək,
2. Sığorta paylama kanallarında mümkün problemlər,
3. Sığorta şirkətlərində mümkün problemlər,
4. Rəqəmsal layihələrin uğursuzluq ehtimalı.

Müştəri yönümlü həll yolları yarada bilməmək: Türkiyədə fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri istehsaldan satışı, iddiaların idarə edilməsindən müştəri məmnuniyyətinə qədər fəaliyyətlərinin hər bir aspektində İnsurTech-i yerləşdirə bilməsələr, uğursuz layihəyə sərmayə qoya bilərlər. İnsurTech-in təşkili vacibdir, lakin şirkətlər müştəri ilə əlaqə qurma yollarını və həmçinin xidmət keyfiyyətini dəyişdirməli olacaqlar (Güzey., 2018).

Əgər şirkətlər, xidmət keyfiyyətindən və iddiaların idarə edilməsindən ən səmərəli şəkildə istifadə edə bilmirsə və prosesi mümkün qədər tez sərəya sala bilmirsə, sığorta sisteminə mənfi təsir göstərəcək. Demək olar ki, sığorta sektoru sürət və xidmət keyfiyyətinin vacib olduğu bir vaxtda təkə qiymət rəqabətinə diqqət yetirməməli, həm də zərərin idarə edilməsi ilə bağlı məlumatlılığın yaradılmasına diqqət yetirməli və sığorta siyasətinin satışından zərəre qədər istənilən mərhələdə müştəri ilə əlaqə saxlamağı bacarmalıdır. Burada İnsurTech mühüm parametr kimi ortaya çıxır.

Sığorta Dağıtım Kanallarında Mümkün Problemlər: Sığorta sektorunda üç satış nöqtəsi var: agentlik, bank və broker. Rəqəmsallaşma isə bu satış nöqtələri ilə hazırlanmalıdır. Türkiyə sığorta şirkətlərinin bir sıra struktur qüsurları var. Türk sığorta şirkətləri digər satış kanalları arasında agentliklərdən çox asılıdır. Sığorta polislərinin 60 faizi agentliklər tərəfindən işlənir. Ona görə də sığorta agentliklərinə dəstək vermək lazımdır (Çavuşoğlu., 2018).

Sığorta Şirkətlərində Mümkün Problemlər: InsurTech şirkətləri iki yerə bölünür, yəni 1-ci nəsil və 2-ci nəsil InsurTech şirkətləri. 1-ci nəsil onlayn siyasət satışları ilə piroqdan bir parça ala biləcəklərinə inanan sahibkarlardan ibarətdir. Rəqabətli qiymətlərlə qazanc əldə etmək üçün xidmətlər təklif etməyi planlaşdırırlar. Belə rəqabət mühitində heç bir müəssisə dəyər istehsal edə bilmədikdə üstünlük qazana bilməz. Sığorta təkcə məhsul, xidmət və ya məsləhət xidməti satmaqdan ibarət deyil (Çavuşoğlu., 2018).

Hal hazırda bütün dünyada innovasiya və sahibkarlıq yenidən müəyyən edilir ki, bu da bizi InsurTech-in 2-ci nəslə konsepsiyasına gətirir. Bu sahibkarlar agentliklərin düşmən olmadığını, agentliklərin prosesi onlar üçün asanlaşdırıla biləcəyini, insanların həyatına dəyər qatacaq həllər hazırlaya bilsələr, bazarın böyüyəcəyini və bununla da qalib gələcəklərini dərk edirlər. Sahibkarlar öz biznes planlarını bu yanaşma ilə yenidən modelləşdirir və yeni həllər təklif edə bilirlər. Bəziləri sadəcə olaraq agentliklərin gündəlik işlərinə rahatlıq gətirir, digərləri isə rəqəmsal qüsurlarını aradan qaldırmaq üçün məhsullar hazırlayır. Start-uplar, agentliklərin sığorta sektorunda əvəzolunmaz olduqlarını və məsləhət xidmətləri baxımından dəyərli töhfələr təklif etdiklərini qəbul edir və həll yollarınının yaradılmasında bu tərəfləri gücləndirirlər (Abacı., 2018).

Sığorta şirkətləri başlanğıcda InsurTech firmalarının 1-ci nəslə kimi öz yollarını müəyyən etmişlər. Lakin onların bu yanaşmanı yenidən nəzərdən keçirmələri zəruridir. Onların 2-ci nəsil InsurTech firmalarına keçidini başa çatdırmaq üçün sürətli hərəkət etmələri hamı üçün faydalı olardı. Belə bir keçidin üstünlüklərindən həm InsurTech firmaları, həm də vasitəçilər çox tez istifadə edəcəklər. Sığorta şirkətləri üçün bu keçid çətin proses ola bilər. Bu cür keçidlərin global nümunələrinə nəzər saldıqda rəqəmsal layihələrin 80%-dən çoxunun uğursuz olduğunu görə bilərik (Abacı., 2018).

Qeyri-həyat segmentində fəaliyyət göstərən sığortaçıların əksəriyyəti ya xarici mülkiyyətlidir, ya da tərəfdaşdır ki, bu da onun xarici şirkətlər üçün populyar investisiya sahəsi olduğunu göstərir. Zurich Group Türkiyə sığorta bazarının yüksək potensialı, qeyri-həyat segmentində fəaliyyət göstərir. Zurich Group Türkiyəyə

2008-ci ildə alış yolu ilə daxil olub və o vaxtdan bu sektora 500 milyon dollar sərmayə qoyub (Dalkılıç., 2012). 2012-ci ilin sonunda şirkət son dərəcə uğurlu olan gəlirli və davamlı artımımızı yenidən yerləşdirmək üçün yenidən strukturlaşdırma proqramına başladı. Nəticədə, Zurich Türkiyə dördüncü ildir ki, World Finance tərəfindən 2016-cı ildə Türkiyənin Ən Yaxşı Həyat Sığorta Şirkəti seçildi (Dalkılıç., Gülcemal, 2020).

2012-ci ilin sonunda qəbul edilən yeni strategiya və restrukturizasiya proqramının mühüm nəticəsi olaraq Zurich Türkiyənin missiyası ölkənin ən innovativ sığorta şirkəti olmaqdır. Onlar innovasiyaları gələcək davamlı gəlirli artımın mühərriki kimi görürlər və tendensiyaları yaxından izləyir və müştəri yönümlü həllər axtarırlar. Hazırda Türkiyə vətəndaşlarının əsas narahatlıqları 2016-cı ilin ilk yarısında bir sıra Türkiyə vətəndaşlarının məlumatlarının sızdırılmasından bəri aktual mövzu olan şəxsiyyət oğurluğu ilə bağlıdır. Bunun işığında Zurich Türkiyə yeni kibertəhlükəsizlik məhsulu təqdim etməyə başladı.

ID-Safe adlı müştəriləri. ID-Safe müştərilərə parollarını və kredit kartlarının nömrələri kimi mühüm məlumatlarını kiber təhlükələrdən qorumağa kömək edən yeni nəsil məhsuldur.

Zurich Türkiyənin ID-Safe-dən istifadə edən müştəriləri şəxsiyyət saxtakarlığı və parol təminatı kimi müxtəlif təhlükəsizlik təminatlarından faydalana bilirlər. Lakin bu məhsulun ən maraqlı xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onun xidmətləri kibertəhlükələrin əhatə dairəsi ilə məhdudlaşmır, məhsul həm də müştərilərə öz məlumatlarını qorumaqda fəal kömək edir. Bu, ilk növbədə sığortalılara təqdim edilən Veb Radar xidməti vasitəsilə əldə edilir.

Sığorta sahibləri bütün məlumatlarını təhlükəsiz verilənlər bazasına daxil edir və xidmət bu məlumatdan hər hansı sui-istifadə hallarını aşkar etmək üçün müntəzəm olaraq interneti skan edir və nə isə səhv olarsa, sığortalıya xəbərdarlıq edir. Bundan əlavə, sığortalılara pulsuz olaraq antivirus proqramı verilir ki, bu da onlara kompüterlərini qorumağa kömək edir.

Kibertəhlükəsizlik tək-cə fərdlər üçün deyil, həm də müəssisələr üçün daha böyük riskə çevrilir. Bunun işığında və onların Türkiyə bazarında ən innovativ

sığortaçı olmaq missiyası ilə birlikdə biz hazırda KOM-lar üçün oxşar kibertəhlükəsizlik məhsulu üzərində işləyirik. Şirkət müştərilərimizə ən innovativ sığorta təklifləri ilə xidmət etməyə davam edir (Şekeroğlu., Özüdoğru, 2013).

Sığorta sektorunda innovasiyalara Kanada timsalında nəzər salsaq burada vəziyyətin Türkiyədən qat-qat ürəkaçan olduğunu müşahidə edə bilərik. Kanadanın həyat sığortası sənayesi bir çox cəbhədə yenilik dalğası görür. 2018-ci ildə fevral ayında Kanada Sığorta Bürosu, Ontario istehlakçılarının avtomobil sığortasının elektron sübutundan istifadəsi kimi digər yurisdiksiyalarda mövcud olan innovativ məhsul və xidmət növlərindən istifadəsinə mane olan tənzimləyici maneələr haqqında məlumatlılığı artırmaq üçün Sığorta İnnovasiyaları kampaniyasına başladı. Hal-hazırda, hər bir əyalət tənzimləyicisi sığortaçılardan avtomobil sığortası kartlarının sübutunu çap etmələrini və müştərilərə poçtla göndərmələrini tələb edir. 2018-ci ilin əvvəlində Kanada Sığorta Tənzimləyiciləri Şurası o avtomobil sığortasının elektron sübutunun Kanadada mövcud olmasını açıq şəkildə təsdiqlədi, Nova Scotia istehlakçılara sığorta sübutlarını elektron şəkildə almaq imkanı verən ilk əyalət oldu.

Ontario hökuməti 2018-ci ildə noyabr ayında avtomobil sığortası tariflərinin necə tənzimləndiyinə dair bir araşdırma elan etdi. Maliyyə Xidmətlərini Tənzimləmə Orqanı mövcud çərçivə daxilində və prinsiplial yanaşma əsasında avtomobil sığortası tariflərinin tənzimlənməsinin təqdim edilməsi prosesini sadələşdirmək üçün təklif etdiyi yanaşma haqqında sənaye anlayışını təmin etmək üçün Tariflərin Tənzimlənməsi üzrə Məsləhət Qrupu yaratmışdır. Maliyyə Xidmətlərini Tənzimləmə Qurumunun işə salınmasından sonra Məsləhətçi Qrup formatı avtomobil sığortası tariflərinin tənzimlənməsi ilə bağlı sənaye, istehlakçılar və digər maraqlı tərəflərlə əlavə məsləhətləşmələr və əməkdaşlıq mexanizmini təmin etmişdir (Wilamowicz., 2019).

İnkişaf edən müştəri gözləntiləri, inkişaf etməkdə olan texnologiyalar, böyük məlumat və qeyri-ənənəvi bazar rəqiblərinin təhlükəsi onların biznesini kökündən dəyişdirməyə məcbur etdi. Bu inkişaf edən sənaye dinamikasına cavab olaraq, Kanada həyat sığortaçıları rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün innovasiya

səviyyələrini artıraraq, xüsusilə aşağıda qeyd edilən məsələlərdə uğur qazanmağa başlayıblar (Hurley., 2020).

Bütövlükdə həyat sığortası sənayesi istehlakçıların və məsləhətçilərin ehtiyaclarını daha yaxşı ödəmək üçün sürətləndirilmiş anderraytinq söylərinə diqqət yetirmişdir. Ənənəvi 30 günlük manual anderraytinq prosesi yeni (Z) nəslin həyat sığortasının alınmasını təxirə salması üçün kifayət qədər keçərli səbəbdir. Bir neçə Kanada sığortaçıları son illər ərzində gənc və sağlam, qan testlərinə və ya orta tibb imtahanlarına ehtiyac olmadan real vaxt rejimində ərizəçilər üçün müvəffəqiyyətlə anderraytinqin sürətləndirilməsində irəliləyişə nail oldular. Yeni texnoloji proseslər və məlumatların artan əlçatanlığı sığortaçıları real vaxt anderraytinq imkanlarını daha da genişləndirmək üçün tələb olunan məlumat və analitik imkanlara sərmayə qoymağa stimullaşdırır. Bir neçə Kanada sığortaçıları son iki il ərzində bu sahədə böyük irəliləyiş gördülər (Manulife Financial Corporation, Great- West Lifeco və s.).

2016-cı ilin payızında Humania Assurance, HuGO-nu işə saldı, bu, o zaman Kanadada mövcud olan ən qabaqcıl anderraytinq platforması idi və cəmi 15 dəqiqə ərzində rəqabətli qiymətə 1 milyon dollara qədər müddətli sığorta təklif edirdi. HuGO, yeni istehlakçı üçün innovativ məhsulların istifadəsi ilə şəxsi anderraytinqi tətbiq edən ilk Kanada şirkət oldu. İnkişaf edən istehlakçı gözləntiləri ilə problemsiz, fərdiləşdirilmiş və özünə xidmət təcrübəsi üçün tələb artır. Daha çox müştəri mərkəzli olmaq üçün sığortaçılar istehlakçılara uyğunlaşdırılmış yeni məhsul və xidmətlər təklif etmək vasitəsi kimi qeyri-ənənəvi startaplarla əməkdaşlıq edirlər ki, bu da əvvəllər heç vaxt olmadığı kimi davamlı əlaqəni təşviq edir ([HuGO Life Insurance | Humania Assurance](#)).

2019-cu ildə Vitality-nin təqdimatı ilə Manulife, müştərilərə həyat sığortası mükafatlarını azaltmaq üçün istifadə edilə bilən canlılıq balları ilə sağlam həyat tərzi sürdükləri üçün mükafatlandırılan həyat sığortası məhsulunu təklif edən ilk şirkət oldu. Manulife Vitality müştərilərə sağlam yaşayışın gedişatını izləmək üçün pulsuz geyilə bilən cihaz təklif edir, və müştərinin yaşayışında qazandığı sağlamlıq ballarını paylaşmağa da imkan yaradır. Vitality ilə əməkdaşlıq edərək, Manulife sığortalıları

sadəcə daha sağlam həyat sürməyə həvəsləndirməyə deyil, həm də bu günə qədər hər hansı digər həyat sığortası məhsulundan fərqli olaraq, davamlı əlaqəni təşviq etməyə nail olmuşdur. Burdan belə nəticəyə gələ bilərik ki mobil əlaqə davamlı olaraq ucuzlaşdıqca, sağlamlıq sahəsində davranış analitikası tətbiqləri üzərində qurulmuş həyat sığortası məhsullarının təkliflərində artım ola bilər (Gidaris., 2019).

Rəqəmsal texnologiyalardan istifadə edərək yenidən işlənmiş paylama və xidmət təklifləri. Müştəri tələbləri kəskin şəkildə dəyişdikcə sığortaçılar fərdi məsləhətlərlə daha tez və daha əlçatan paylanmağa imkan verən rəqəmsal xidmət təkliflərini təkmilləşdirməyə çalışır. Bu sahədə əhəmiyyətli irəliləyişlər əldə edən sığortaçılardan biri də öz söylərini sənayenin aparıcı yeni biznes rəqəmsal platformasını inkişaf etdirməyə yönəlmiş Sun Life-dır. Sun Life-ın müştərilərə ehtiyaclarını müəyyən etmək, əsaslandırılmış qərar qəbul etmək və mürəkkəb sığorta məlumatlarında naviqasiya etməkdə kömək etmək üçün tətbiq etdiyi rəqəmsal təcrübə, Forrester tərəfindən 2016-cı ildə Kanada Həyat Sığortası Rəqəmsal Satış Funksionallığı Benchmark Hesabatında ən yüksək bal əldə etdiyi üçün tanınıb (Worldwide., 2013).

Kanada sığorta sənayesi global oyunçuların, İnsurTech və qeyri-ənənəvi startapların daxil olması ilə artan rəqabətlə üzləşir. Gələcəyə hesablanmış həyat sığortaçıları bu yeni oyunçularla rəqabətə girmək üçün bacarıqları xarici tərəfdaşlıqlar və ya inkubatorlara investisiyalar vasitəsilə sığorta ekosistemi ilə qarşılıqlı əlaqə yaratmaq üçün inkişaf etdirdikləri yeni biznes modelləri və texnologiya platformalarından öyrənməyə çalışırlar. Akseleratorlar və inkubatorlar, kapital müqabilində ideyalarını daha da inkişaf etdirmək üçün startapları resurslar, mentorluq və investor əlaqələri ilə təmin edən icmalar kimi düşünülə bilər. Rəqəmsal xidmət təklifinin artırılmasına yönəlmiş bir sıra xarici tərəfdaşlıqlar arasında Sun Life startapları investorlarla birləşdirməyə kömək edən texnologiya sürətləndiricisi olan Plug and Play Tech Center ilə əməkdaşlıq edir. Tərəfdaşlığın bir hissəsi olaraq, Plug and Play 12 həftəlik sığortaya aid xüsusi proqram təşkil etdi ki, bu proqramda Sun Life və digər təşkilatlar proqramın sonunda investorlara müraciət etmək ideyasını inkişaf etdirərkən sənaye təcrübəsi və mentorluq ilə

startaplara dəstək olurlar. Bu kimi strateji investisiyalar sığortaçılara öz sənayelərində innovativ texnologiyaların önündə olmaq imkanı verir.

Qlobal perspektivlərini nəzərə alaraq, Kanada təkrarsığortaçıları innovativ mədəniyyəti mənimsəməyə ən açıq olanlar sırasındadır. Munich Re Canada bu yaxınlarda elan etdi ki, Cookhouse Lab-da sığortaçılar, təkrarsığortaçılar və maliyyə xidmətləri mütəxəssisləri üçün əməkdaşlıq etmək və ideyanın yaradılmasına iterativ yanaşmaq üçün yaradıcı atmosfer təmin edən laboratoriyada daimi iş sahəsi var.

Bu il Deloitte-də keçirilən sektor araşdırması göstərdi ki, Kanadalı həyat sığortaçılarının 50 faizi artıq innovasiya dərəcələrini artırmaq üçün xarici tərəfdaşlıqlara qoşulub. Bu cavablar daha çox innovasiya yönümlü olmağa çalışdıqları üçün xarici tərəfdaşlıqların yüksək səviyyəli rəhbərlərin fikirlərində ön planda olduğunu aydın göstəricisidir.

Fransız fintech sektoru hətta 2020-ci ildə də yavaşlama əlaməti göstərmir, ilkin çətinliklərə baxmayaraq, əvvəlki illə müqayisədə ikirəqəmli artım səviyyəsini qeyd edərək, orta dəyəri 13 milyon avro olan 63 əməliyyatda cəmi 830 milyon avro cəlb edib. Fransada maliyyə startapları dünyasında məşhur olan insurtech sektorudur ki, 2020-ci ildə böyük maliyyələşdirmə dövrləri və əməliyyatların rəqəmsallaşdırılmasına getdikcə artan maraq sayəsində nüfuzunu artırmış, bu təcrübə Covid-19 pandemiyasının ehtiyacına çevrilmişdir (Beaumont., Tang., Vansteenbergh, 2020).

European Insurance tərəfindən 2018-ci ildə keçirilmiş sorğuya əsasən, Avropa səviyyəsində Fransa sığorta sektoru üçün Böyük Britaniyadan sonra ikinci ən böyük bazardır. Buna görə də təəccüblü deyil ki, Fransa İnsurtech dünyasının sürətlə inkişaf edən sektoru var: 2018-ci ildə 106 ilə müqayisədə 2019-cu ildə Ailancy konsaltinq şirkəti rəqəmsal sığorta üzrə ixtisaslaşmış 187 startap müəyyən edib (Batnini., Bercaut, 2021).

2016-cı ildə Jean-Charles Samuelian və Charles Gorintin tərəfindən qurulan Alan, 1986-cı ildən sonra Fransada yaradılmış ilk müstəqil sığorta şirkəti idi. Alanın sığorta polisləri təkcə qəzaları və ya gündəlik tibbi əməliyyatları deyil, həm də sağlamlıq sektorunu əhatə edir. Alan, Headspace kimi meditasiya vasitələri üçün

endirimlər təklif edir, həmçinin homeopatik və ya osteopatik müalicələri əhatə edir. Livi ilə əməkdaşlıq sayəsində Alan öz müştərilərinə 30 dəqiqə ərzində harada olmalarından asılı olmayaraq virtual tibbi məsləhətlər almaq imkanı təklif edərək tibb sahəsini genişləndirdi. Bu gün startap vətəndaşlar və bizneslər də daxil olmaqla 76 mindən çox istifadəçiyə tam rəqəmsal tibbi sığorta təklif edir (Rego., Carvalho., 2020).

2018-ci ildən Paris startapı Luko etikaya əsaslanan strategiya ilə ev və kirayə sığortası sahəsində sıçrayış əldə etməyi hədəfləyir. Giveback proqramı ilə şirkət hər il əməliyyat xərcləri və kompensasiyalar çıxılmaqla daxilolmalarının qalığını 100 min müştərisinin seçdiyi xeyriyyə təşkilatlarına keçirir. Hər bir istifadəçinin müxtəlif ehtiyaclarına uyğun olaraq fərdiləşdirilə bilən tam rəqəmsal sığorta polislərinə əlavə olaraq, Luko həmçinin sızan mətbəx lavabodan qazanla bağlı problemlərə qədər kiçik məişət problemlərinin həllinə kömək etmək üçün peşəkarlarla teleservis tətbiq etmişdir. Bununla belə, Alandan fərqli olaraq, Luko əməliyyat lisenziyası almayıb və sığorta polislərini yazmaq üçün Munich Re və Swiss Re kimi xarici sığortaçılara etibar edir (Frick., Barsan, 2020).

Lovys ev, avtomobil, ev heyvanları və smartfonlar üçün sığorta polislərini təklif edir: geniş çeşidli təklif, həmçinin təcrübələrin sadələşdirilməsi və proseslərin tam rəqəmsallaşdırılması ilə mümkün olmuşdur. Sığorta polisləri istifadəçiləri ənənəvi agentlərin tələb etdiyi sənədləşmə işlərindən azad edərək iki dəqiqədən az müddətdə onlayn aktivləşdirilə bilər. 2017-ci ildə qurulan startapın 20 min müştərisi olub, ilin sonuna qədər 100 minə çatıb (Ferreira, 2021).

2000-ci ildə qurulan Tinubu Square startapı SaaS (Software as a Service) sektorunda fəaliyyət göstərir, kredit sığortası və ya bank zəmanəti istiqrazları ilə məşğul olan şirkətlərə rəqəmsal xidmətlər göstərir. Tinubu Square müştəriləri bütün əməliyyat prosesləri üçün rəqəmsal transformasiyanı sadələşdirən, müştəri təcrübəsini və uyğunluq səviyyələrini təkmilləşdirərkən xərcləri azaldan bulud əsaslı həllər dəstinə çıxış əldə edirlər. Paris, London, Nyu-York, Monreal, Mumbay və Sinqapurda ofisləri olan Tinubu Square 2018-ci ilə qədər 20 ölkədə fəaliyyət

göstərmişdir. 2020-ci ildə o, ABŞ şirkəti SuretyWave və insurtech eSURETY-ni aldı (Qadi., Diaz-Rodriguez., Trocan., Frossard, 2021).

LeoCare ev, avtomobil və elektron cihazlar üçün rəqəmsal sığorta təklif edir. Polislər şirkətin tətbiqi vasitəsilə sürətlə işə salınır və gözlənilməz dəyişikliklərə uyğunlaşdırıla bilər: TechCrunch-a görə, məsələn, Covid-19 pandemiyası tərəfindən tətbiq edilən karantin dövründə bir çox LeoCare istifadəçisi avtomobil sığortası mükafatlarını azaltmaq qərarına gəldi. LeoCare hazırda 20.000 müştərisi ilə aylıq təxminən 1 milyon avro mükafat idarə edir ki, bunun da əksəriyyəti avtomobil sığortası polislərindən gəlir.

3.2 Sığorta hadisələrinin tənzimlənməsində innovativ həllərin Azərbaycanda tətbiqi imkanları

Türkiyə, Kanada və Fransada sığorta sektorundakı innovativ həllərə nəzər saldıqdan sonra Azərbaycandakı vəziyyəti anlamaq üçün Paşa sığorta və Paşa Həyat sığorta şirkətlərindən mütəxəssislərlə müsahibələr keçirilmişdir. Müsahibələr zamanı digər paraqrafda olan ölkələrdəki innovativ yanaşmalar qədər olmasa da Azərbaycanda da bu iki şirkətin təmsalında innovasiyaların tətbiqinin müəyyən mərhələdə olduğu qənaətinə gəlinmişdir. Əvvəlcə Paşa sığorta şirkətindən Toğrul Tağızadə ilə müsahibə alınmışdır. Müsahib ilk növbədə epidemiya mövzunu və onun sığorta şirkətinə təsirini müsahibədə gündəmə gətirib. 2020-ci ildən bəri planetimizi bürüyən və davranışlarımızı və düşüncə proseslərimizi dəyişdirən koronavirus epidemiyasının hər birimizin təsirinə məruz qaldığını qeyd edərək, epidemiya nəticəsində gözlənilməz təhlükələrə məruz qalan şəxslər sığortanın əhəmiyyətini daha yaxşı başa düşdüklərini qeyd etmişdir. O, 2020-ci il üçün ümumi rəqəmləri açıqlayaraq, Azərbaycanda sığorta biznesinin inkişafını davam etdirdiyini vurğulayıb. Təbii ki, “Paşa Sığorta” və “Paşa Həyat Sığorta” şirkətlərinin nisbəti bu göstəricilərin inkişafında mühüm amildir. Nəticədə, 2020-ci ilin aprel ayında istehlakçılara təqdim edilən və sığorta sənayesində ilk olan Antikoronavirus sığorta polisi, ağır iqtisadi dövrlərdə əhəlinin yaşaya biləcəyi maliyyə problemlərini nəzərə alınmaqla hazırlanmışdır. Pandemiyanın səbəb olduğu məhdudiyətlər səbəbindən

onlayn satışları artırmaq üçün müxtəlif təşəbbüslər həyata keçirilmişdir ki, bu da müştərilərə evlərini və ya ofislərini tərk etmədən sığorta təminatının istənilən formasından yararlanmağa imkan verir. O, bildirdi ki, bu gün əsas məqsəd gəlirliliyi artırmaq və eyni zamanda daha yüksək səviyyəli müştəri qayğısını təmin etmək olduğundan, şirkət informasiya texnologiyaları və innovasiyalara investisiyalarını genişləndirərək innovativ biznes həllərini tətbiq etməyə davam edəcək. O, bu qərar nəticəsində həm daxili infrastrukturun, həm də şirkətin sığorta sektorundakı mövqeyinin qazanc əldə edəcəyini bildirib.

“Paşa sığorta” uzun illərdir ki, Azərbaycanın maliyyə bazarında fəaliyyət göstərir və maliyyə sektorunun böyüməsinə, eləcə də sığorta məhsulları və xidmətlərinin müasirləşdirilməsinə mühüm töhfələr verib. Şirkət rəhbərliyi tərəfindən qəbul edilmiş inkişaf strategiyası çərçivəsində strategiyanın innovasiyalarla bağlı hədəflərində rəqəmsallaşmaya dair öhdəlik götürülüb. Onların ümumi strategiya planının bir hissəsi olaraq, təşəbbüslərdən biri onlayn satışları maksimum dərəcədə artırmaqdır. Ümumi konsensus ondan ibarət idi ki, sığorta şirkətləri və sığorta əldə etmək istəyən müştərilər onlayn satışlaraa təkcə biznes strategiyası deyil, həm də müasir həyat tərzinin vacib elementi kimi baxmalıdırlar.

Şirkətin fəaliyyətinin rəqəmsallaşması, elektron satış kanallarının genişləndirilməsi və İT infrastrukturunun daim təkmilləşdirilməsi biznes strategiyasının məqsədləridir. Şirkətin yeni strateji planı çərçivəsində “Paşa” Sığorta sığorta sektoruna növbəti yeniliyi təqdim edəcək. Şirkətin vizyonuna, eləcə də Prezident İlham Əliyevin ölkənin sosial-iqtisadi inkişafına dair Milli Prioritetlərinə istinad edərək, ESG-transformasiya prinsiplərinə əsaslanan 2022-2024-cü illər üçün inkişaf planında ətraf mühitin mühafizəsi, sosial və idarəetmə problemləri ilə bağlı innovativ həllərin tapılması diqqət mərkəzindədir. Daha əvvəl sadalanan meyarların hər biri müştərilərə daha qənaətcil məhsul və xidmətlər axtarmağa şərait yaradır. Buna görə də, geniş ictimaiyyətə daha yaxşı xidmət göstərmək üçün sığorta sənayesinin inkişafı çox vacibdir. Öz növbəsində firma müvafiq, faydalı və münasib qiymətə malik mallar inkişaf etdirməyə davam edir və bu ehtiyacları nəzərə alaraq.

Əsas məqsədlərimizdən biri sığortanın əhəmiyyəti barədə geniş ictimaiyyət arasında məlumatlılığın artırılmasıdır.

İkinci müsahibimiz Paşa Həyat Sığorta şirkətinin nümayəndəsi Elvin Əliyevdir. O, 2020 və 2021-ci illərin Paşa Həyat Sığorta üçün innovasiyalar ili kimi yadda qalacağına inanır. Bunu firmada və bütün ölkədə ilin əvvəlində başlayan sürətli inkişaf və rəqəmsallaşma nümayiş etdirdi. Lakin 2020-2021-ci illər eyni zamanda çətinliklərlə də yadda qaldı. Epidemiyaya və ondan sonra Azərbaycan sərhədlərinin bərpası uğrunda aparılan mübarizə nəticəsində müxtəlif çətinliklər yarandı ki, bu da yeni perspektivlərin və həll yollarının araşdırılmasını zəruri etdi. Ümumilikdə pandemiya zamanı işçilərə və şirkətin mənfəətinə mənfi təsirləri azaltmaq üçün təşkilat daxilində üç qrup formalaşdırılıb: müştəri ilə əlaqəli qrup, daxili işçi qrupu, risk və maliyyə qrupu. Müştəri xidmətləri işçiləri müştəriləri əldə saxlamaq və xidmətin keyfiyyətini mütəmadi olaraq artırmaq üçün səy göstərdilər. Daxili işçilər qrupu işçilər vəzifə başında olarkən onların sağlamlığı və təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə cavabdeh idi. Bu komanda hər saat, hər gün aktiv şəkildə fəaliyyət göstərirdi. Fövqəladə hallar zamanı bütün işçilərə tibbi yardım göstərilirdi. Bu fəaliyyət yalnız firmanın işçilərinin səyləri ilə təşkil edilir və korporasiya bütün əlaqədar xərclərə cavabdehlik daşıyırdı. Sonuncu risk və maliyyə qrupunun həyata keçirdiyi tədbirlər nəticəsində stres testlərinin tətbiqi ilə şirkətin nəbzini mütəmadi olaraq izlənilirdi.

Elvin bəyin sözlərinə görə, bütün bu addımlar onlara gözlədiklərindən təxminən 2 milyon manat çox gəlir əldə etməyə imkan verdi. 2018-2020-ci illər üzrə strateji dövr başa çatmış və cari plan üzrə nəzərdə tutulandan 1,5 dəfə çox pozitiv nəticələr əldə olunub. Növbəti strateji planlaşdırma mərhələsi 2021-ci ildən 2023-cü ilə qədərdir. Şirkət artıq Rəqəmsal Strategiyanı yeni biznes təşəbbüslərinə daxil etməyə başlayıb. Elvin bəy həmçinin şirkət rəhbərliyinin biznes strategiyalarını innovativ şəkildə həyata keçirmək və müştəri bazasının daha sürətli böyüməsi üçün ekosistemi genişləndirmək niyyətində olduqlarını bildirdi. Eyni zamanda, müştəri yönümlülük və bazarın genişləndirilməsi bu yanaşmanın mühüm komponentləri olacaqdır. Elvin bəyin fikrinə görə, dünyanın rəqəmsallaşması ilə ayaqlaşma bilməyən

şirkətlər, çox güman ki, bazar paylarının daraldığını görəcəklər. Paşa Həyat sığortada demək olar ki, a-dan z-yə qədər bütün sığorta məhsulları artıq onlayn alışı üçün mövcuddur. Xüsusilə, firmaların idarə edilməsi üçün Dataiku platformasından istifadə edir və Power BI tətbiqi prosesin bütün analitik hissəsində istifadə olunur. Müsahibin sözlərinə görə, Dataiku verilənlərə çıxışı demokratikləşdirən platformadır, eyni zamanda bizneslərə süni intellektə doğru öz kurslarını təyin etmək imkanı verir. Dünya üzrə çoxlu sayda müəssisələr saxtəkarlıq, iddiaların təhlili, proqnozlaşdırma və sair kimi məsələləri həll etmək üçün proqnozlaşdırılan məlumat axınlarını inkişaf etdirmək, yerləşdirmək və idarə etmək üçün müntəzəm olaraq Dataiku-dan istifadə edir. Dataiku, xüsusən, onlara tənzimləmə uyğunluğu və yoxlanıla bilənliyə imkan yaratmaqda, həmçinin skriptlə və ya skriptsiz maşın öyrənmə modellərini inkişaf etdirməkdə kömək edir. Dataiku geniş istifadəçi icazələrinin izlənməsini asanlaşdırır, yalnız səlahiyyətli istifadəçilərin həssas məlumatlara çıxışını təmin edir və həssas məlumatların təhlükə altına düşməməsini təmin edir. Dataiku data analitiklər üçün hərtərəfli süni intellekt strategiyasını həyata keçirmək üçün hər kəsə məlumatlardan fikirlər götürməyə imkan verən geniş funksiyaları özündə birləşdirir. Power BI kimi sığorta biznes kəşfiyyatı alətləri də sığorta saxtəkarlıqlarını erkən aşkar etməklə və daha yaxşı qərarlar qəbul etmək üçün proqnozlaşdırıcı analitikadan istifadə etməklə şirkətə kömək edir. Elvin bəy qeyd edir ki, onlar Microsoft Power BI-da əvvəlcədən qurulmuş süni intellekt və maşın öyrənmə modellərindən istifadə edirlər və ya onları uğurlu saxtəkarlığa nəzarət üçün xüsusi ehtiyaclarını ödəmək üçün uyğunlaşdırırlar. İddiaların emalı dövrünün əvvəlində saxta iddiaların tapılması və onların müvafiq maraqlı tərəflərə qrafik şəkildə göstərilməsi avtomatlaşdırılmış bildirişlərin qurulmasına imkan verir.

Paşa Həyat sığorta sadəcə sığorta məhsullarında deyil eyni zamanda heyətin idarə edilməsində də innovativ həllərdən istifadə edir. Elvin bəy qeyd edir ki, McKinsey Consulting tərəfindən dəstəklənən Çevik idarəetmə təşəbbüsü 2020-ci ilin noyabrından etibarən rəhbərlik tərəfindən həyata keçirilməyə başlayıb. Eyni müddət ərzində bu proqramı PAŞA Sığorta da həyata keçirir. Bu layihənin başa

çatması ilə köhnə klassik idarəetmə prinsiplərinin yerini yeni idarəetmə prinsipləri tutacaq. Məsələn, Çevik metod firmada avtomatlaşdırmanın 90 faiz artması ilə nəticələnəcək və daha da əhəmiyyətli şirkət həm yerli, həm də beynəlxalq müştərilərin tələblərini tam ödəyə biləcək. İlk növbədə şirkətin ofisləri daxilində böyük Agile laboratoriyası təşkil edilmişdir. Hazırda bu laboratoriyada iki məhsul üzrə innovativ modernizasiya işləri aparılır: həyat sığortası və istehsalatda bədbəxt hadisələrdən sığorta. Eyni zamanda, bir qrup təşkilatın daxili proseslərinin təkmilləşdirilməsi üzərində işləyir. Müştərilər həmçinin Çevik yanaşmanın məhsulun keyfiyyətinə birbaşa təsir edən aspektlərin bolluğu nəticəsində təkmilləşdirmələrdən məhsullardan istifadə edərkən faydalana biləcəklər.

Laboratoriyada həmçinin ictimaiyyətə açıq olacaq Məlumat Analitika Mərkəzi də yerləşəcək. Analitikanın yaradılmasında çeviklik, eləcə də Maşın Öyrənmənin tənzimləmə ilə əlaqəli nəzarətlərə inteqrasiyası sığorta sektorunda tənzimləmə dəyişikliyinə mühüm köməkçiləridir.

Bütün bunların nəticəsidir ki, rəhbərlik tərəfindən ehtiyat vəsaitlər xərclənərək, ekspert kadrların yetişdirilməsi prosesinə başlanmışdır. İki illik fəaliyyətdən sonra bu pilot layihənin nəticələri əlavə baxılmaq üçün araşdırılacaq. Bu məqsəddə çatdıqda, bu texnikanın istifadəsi genişləndiriləcək və bundan sonra qeyri-müəyyən müddətə davam etdiriləcəkdir. Yerli innovasiya ekosisteminin və startap mədəniyyətinin təbliği, eləcə də beynəlxalq səviyyədə tətbiq edilən ən qabaqcıl ideyaların cəlb edilməsi ölkənin inkişafı üçün son dərəcə vacibdir və təəssüf ki, bu fəaliyyət ölkədə çox da yüksək səviyyədə deyil. Paşa Həyat Sığorta Şirkəti həm öz daxilində, həm də beynəlxalq auditoriyalar arasında innovasiya mədəniyyəti yaratmağa, ümumilikdə innovativ startapları qiymətləndirməyə və dəstəkləməyə, hətta onların ekosistemlərinə təklif və ya sərmayə qoymağa, habelə kreativ biznesləri nəzərdən keçirməyə və dəstəkləməyə çalışır.

Mü sahibələrdən göründüyü kimi Azərbaycanın sığorta sektorunun liderləri olan PAŞA sığorta və PAŞA Həyat sığorta şirkətləri müəyyən qədər innovativ həlləri öz biznes proseslərinə və məhsullarına əks etdirməyə başlamışlar. Toğrul və Elvin bəylə aparılan söhbətin nəticəsi kimi deyə bilərik ki, sığortada innovasiyalar

anlayışı Azərbaycan bazarında hələ ilkin mərhələsini yaşayır. Daha əvvəl nəzər saldığımız Kanada, Türkiyə və Fransa təcrübələri ilə müqayisə etdikdə Azərbaycanda adı çəkilən ölkələr səviyyəsində innovativ yanaşmaların tətbiq edilməsi üçün hələ zəruri infrastruktur yoxdur. Buna səbəb olaraq inkişaf etmiş ölkələrdə istifadə edilən texnoloji yeniliklərdən olan ağıllı ev sistemləri, telematik qurğular, sığorta şirkətinə daimi olaraq sığortalının sağlamlığı və yaşayış tərzilə bağlı məlumatları ötürən ağıllı saatların istifadəsinin hələ də məhdud səviyyədə olmasını göstərə bilərik. Lakin buna baxmayaraq Azərbaycanda da sığorta sektorunun rəqəmsallaşması prosesi sürətlə gedir və bunu əsasən onlayn sığorta məhsullarının satılmasındakı artımla əlaqələndirə bilərik. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin demək olar ki, əksəriyyəti bir çox məhsullar üzrə qısa zamanda vaxt itirmədən onlayn satış həyata keçirərək müştərinin ofisə getmədən sığorta polisini ona təqdim edir.

Azərbaycanda sığorta sektorunun aktyorlarının gələcək innovativ davranışlarını təxmin etsək, aparıcı sığortaçılar müştəri bazalarını artıraraq, əlavə dəyərli xidmətlər və yeni mürəkkəb məhsullar təklif edəcəklər. Onlar həmçinin paylama və inzibati xərcləri azaltmaq və itkilərin qarşısını almaq üçün texnologiyadan daha geniş şəkildə istifadə edəcəklər. Nümunələrə fakültativ mühəndislik risk yoxlamaları və ya fəlakətdən sonrakı itkilərin qiymətləndirilməsi üçün dronların istifadəsi və mürəkkəb mexanizm komponentləri sıradan çıxmadan əvvəl erkən xəbərdarlıqlar almaq üçün böyük sənaye sistemlərinə nəzarət edən mürəkkəb aşkarlama sistemləri daxildir. Riskin azaldılmasından əlavə, sonuncu sığortaçılara əlavə gəlir imkanı kimi xidmət edəcək və əlavə dəyər xidmətlərinin göstərilməsi onların cari rolundan kənar əlaqələri gücləndirəcəkdir.

Sığorta şirkətləri InsurTechs vasitəsilə bizneslərinin xərclərinin artmasından çox az narahat olmalı, əksinə onların transformasiya təsirini dərk etməlidirlər. Və bu transformasiya digər sənayelərə nisbətən daha yavaş baş versə də, son inkişaflardan xəbərdar olmaq və müştərilərə daha yaxşı dəyər təklifi yaratmaq üçün InsurTechs ilə əməkdaşlıq uğurun açarı olacaq. Akseleratorlar, inkubatorlar və startap icmaları

hər bir oyunçu üçün düzgün imkanları müəyyən etməyə kömək edərək sığorta şirkətləri üçün uğur hekayələri yarada bilər.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

İnnovasiya şirkətlərin bazar ömrünü uzatmağın ən önəmli açarıdır. Proseslərində, məhsullarında və xidmətlərində yeniliklər edə bilən firmalar bazarda sağ qalırlar, digərləri isə zaman keçdikcə bazar payını itirməyə və sonra da tamamilə yox olmağa məhkumdurlar. Bazarın sərt rəqabət mühitində, şirkətlər rəqabətdən geridə qalmamaq üçün öz proseslərini təkmilləşdirməli olurlar. Sığorta menecmentində innovasiyalar təşkilati strukturun iştirakı ilə korporativ zəkanın inkişafa açıq qalmasını təmin edən, eləcə də prosesləri sürətləndirən elementdir. Bir qurumun arxasında duran ən mühüm dəstək o qurumun innovasiya tətbiq dərəcəsi və yeniliyə qoyulan sərmayədir. Sığorta sektorunda sürət, səmərəlilik və çeviklik baxımından investisiya qərarlarının verilməsi və həyata keçirilməsi üçün ən uyğun dövrdəyik. Investisiyaların artdığı və xarici kapitalın bazarı aktivləşdirdiyi bu dövrdə sığorta sektorunda innovasiyaların idarə edilməsinin əhəmiyyəti ön plana çıxır. Bu bir həqiqətdir ki, bu gün sığorta sənayesində müəyyənədicilər amillər dividend, artım, məhkəmə çəkişmələri, rəqabət, məhsulun inkişafı və hüquqi tənzimləmələrdir. Bu mənada innovasiya baxışı vahid ölçüyə malik olan və ortaq məsuliyyət daşıyan bir baxışdır. Sığorta sektorundakı firmalar innovasiyaları rəqabət üstünlüyünün mənbəyi və bu rəqabət üstünlüyünün davam etdirilməsi üçün əvəzsiz element kimi görürlər. Müşahidə edilmişdir ki, şirkətlər innovasiyaları ilk növbədə öz strukturları daxilində həyata keçirməyə üstünlük verirlər, lakin bunun üçün kifayət qədər bilik və resurslara malik olmadıqda innovasiya outsorsinq tətbiq edilir. Bu proses son illərdə sığorta bazarında İnsurtech anlayışını ortaya çıxarmışdır. İnsurtech sığorta sənayesindəki bütün maraqlı tərəflərin, xüsusən də sığortaçıların (sığortaçılar, agentliklər, brokerlər və banklar) həyatını asanlaşdıracaq və onların risklərini minimuma endirəcək bütün innovativ həlləri özündə birləşdirir. Maliyyələşdirmə, təcrübə və mentorluq, yüksək texnologiya işlərinin inkişafı kimi bir çox fərqli sahədə məhdudiyyətsiz dəstək verən bir sistem olan İnsurtech bütün dünyada 1000-dən çox müəssisə tərəfindən istifadə olunur.

Sığorta sahəsində fəaliyyət göstərən bütün şirkətlərin daha çox istifadəçiyə çatmasını və sığortalıların daha ucuz həllər əldə etməsini asanlaşdıran İnsurtech, insan davranışını ən yaxşı şəkildə dəyişdirən texnologiyanın təsirindən də faydalanır. Məhz, İnsurtech, sürətlə dəyişən istifadəçi meylləri və smart cihazlara əlçatanlığın əhəmiyyətli dərəcədə artması səbəbindən sığorta sənayesində maraqlı tərəflərin diqqətini çəkir. Bu dissertasiya işində də sığortada məhz innovasiyaların tətbiqi, insurtech anlayışı, Azərbaycanda və dünyada sığorta sektorunda innovativ həllər araşdırılmış, Azərbaycandakı vəziyyət lider iki sığorta şirkəti olan Paşa sığorta və Paşa Həyat sığortanın təmsalında ortaya qoyulmuşdur. Dünya təcrübəsinə nəzər saldıqda Türkiyə, Kanada və Fransada insurtech anlayışının kifayət qədər geniş yayıldığı və sığorta şirkətləri ilə yanaşı, İnsurtech xidmətləri göstərən start-up-ların da geniş yayıldığı görünmüşdür. Özəlliklə Fransa təcrübəsində Lovys, Tinubu Square və digər rəqəmsal sığorta start-up-larının geniş müştəri bazasına malik olduqları görünmüşdür. Fransa və Kanadada əmlak və həyat sığortalarında müvafiq olaraq ağıllı ev sistemləri və ağıllı saatların istifadəsi ilə həm sığortaçı həm sığortalı üçün səmərəli sığorta polisləri tətbiq edilir. Tədqiqat nəticəsi olaraq belə bir qənaətə gələ bilərik ki, İnsurtech ənənəvi sığortanın bir çox aspektlərini addım-addım inkişaf etdirmək və ya təkmilləşdirmək üçün istifadə edilə bilər.

- Rəqəmsal müştəri cəlb edilməsi: Onlayn chatbotlar, sosial media və həyat tərzi proqramları sığorta sənayesində hələ görünməmiş şəkildə müştəri cəlbini artırmaq və brend loyallığını artırmaq üçün istifadə edilə bilər.

- Anderraytinq: Maşın öyrənməsi və süni intellekt texnologiyaları sığortaçılara məlumatları təhlil etməyə, uyğunsuzluqları aşkar etməyə və əlavə məlumat üçün sosial media kimi xarici mənbələri yoxlamağa kömək edə bilər.

- Riskin qiymətləndirilməsi: İnsurtech metodologiyaları riski təhlil etmək və proqnozlaşdırmaq, əvvəllər məlum olmayan risk korrelyasiyalarını tapmaq və müştərilərə riskə uyğunlaşdırılmış qiymətlər təqdim etmək üçün risklərin qiymətləndirilməsinə də tətbiq oluna bilər. O, süni intellekt proqramı ilə təqdimatların qiymətləndirilməsini və prioritetləşdirməni avtomatlaşdırmağa kömək edə bilər.

- Saxtakarlıqların aşkarlanması: Müxtəlif mənbələrdən alınan məlumatları təhlil edərək, süni intellekt həlləri fırıldaqçılıq aşkarlanmasını daha etibarlı edə bilər və bir fayl açmadan agentlərin potensial narahatlığını qeyd edə bilər.

Tədqiqatın Azərbaycanla bağlı olan hissəsinə toxunsaq, aparılan iki müsahibənin nəticəsinə əsasən, ölkəmizdə sığorta sektorunda innovativ yanaşmalar Kanada və ya Fransa səviyyəsində olmasa da artıq ilkin mərhələyə qədəm qoymuşdur. Özəlliklə Paşa Həyat sığorta şirkətində istifadə edilən data analizi platformaları Azərbaycan sığorta sektorunda maşın öyrənməsi və süni intellekt texnologiyalarının aktiv şəkildə işlədiyinin sübutudur. Əlbəttə ki, hələ ki inkişaf etdirilməli xeyli sığorta məhsulları var lakin, bütün bunlar üçün müəyyən vaxt və innovativ həllərə köklənmiş sığorta biznes strategiyaları lazımdır. Digər bir rəqəmsallaşma nümunəsi isə bir çox sığorta bazarı iştirakçılarının əksər sığorta məhsullarını onlayn rejimdə təklif etməsi və sığortalılar üçün vaxtlarını səmərəli istifadə etməyə şərait yaratmasıdır. Azərbaycanda inkişaf etmiş ölkələrdəki mövcud toplam insurtech start-up-ları hələ ki mövcud deyil, lakin gələcəkdə yerli və xarici investorların bu sahəyə daha da çox maraq göstərəcəyi istisna edilmir.

Tədqiqatın nəticələrini nəzərə alaraq Azərbaycanda sığorta sektorunda innovasiyaların səmərəli şəkildə tətbiq edilməsi və İnsurtech anlayışının aktuallaşması üçün aşağıda qeyd edilmiş təkliflər irəli sürülmüşdür:

1. Resurslar əsas biznes tapşırıqlarından innovasiya təşəbbüslərinə keçməlidir.
2. Fərqli məhsul inkişaf yolları və prosesləri davamlı olaraq inkişaf etdirilməlidir.
3. Müştərilərin cəlb edilməsinə və paylanmasına yeni yanaşmaları özündə birləşdirən innovativ təkliflər hazırlanmalıdır.
4. İnnovasiyanın davamlı, inteqrasiya olunmuş bir proses olması təmin edilməlidir.
5. Daha əhəmiyyətli məhsul yenilikləri akselerator və inkubatorlar vasitəsilə inkişaf etdirilməlidirlər.
6. Yeni rəqəmsal sığorta məhsulları hazırlanmalı və real müştərilərlə sınaqdan keçirilməlidir.

7. Azərbaycanda həyata keçirilən inkişaf proqramlarına İnsurtech anlayışı daxil edilməli və sığorta şirkətləri tərəfindən sığorta start-up-larına investisiya qoyulması təşviq edilməlidir.

FinTech strukturunda nüfuzu getdikcə artan və fırladaçılıq və saxtakarlığın qarşısını alacağı gözlənilən blokçeyn texnologiyasının Fintech və İnsurTech təşəbbüsləri ilə təsirini artırması gözlənilir. Zamanla daha dəyərli olduğu ifadə edilən blokçeynin bir çox sahədə əlavə dəyərli məhsul və xidmətlərin yaradılmasına kömək edəcəyi düşünülür. Sığorta sənayesinin gələcəyi İnsurTech ilə istiqamət tapacaq. Dünyada bu cür texnoloji həllərin sayı günü-gündən artarkən, biz daha çox yenilərinin həyatımıza daxil olacağı bir dövrün astanasındayıq. Uğur potensialı yüksək olan bir layihə varsa, bu layihə ya yeni ola bilərsə, ya da mövcud olan daha yaxşı şəkildə istehsal oluna bilərsə, İnsurTech ilə bunu çox tez şəkildə həyata keçirmək mümkün olacaq.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. "İcbari sığortalar haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2011
2. "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 2007
3. Azərbaycan Sığortaçılar Assosiyası, Bülleten, 2020
4. Azərbaycan Statistika Komitəsi, Bülleten, 2020
5. Əliyeva L., (2011). "Azərbaycanda sığorta sistemi: iqtisadi və sosial proseslərə multiplikator təsiri kimi" Bakı, Qanun nəşriyyatı, səh 6-7.

İngilis dilində

1. Acer, F. (2017). Insurance Sector to Develop with InsurTech.
2. Akanbi, S. ve Iortimbir, A. I. (2015). "Creativity and Innovation in Entrepreneurship, In book: Contemporary Entrepreneurship, Publisher: University of Ilorin, ss. 66-89.
3. Akkor, D. ve Ozyuksel, S. (2020). The effects of new technologies on the insurance sector: a proposition for underwriting qualifications for the future. Eurasian Journal of Business and Management. 8(1). ss. 85-99
4. Allianz Partners (2018). Allianz Partners to further boost innovation with four Innovation Centers, press release
5. Batnini, F. ve Bercaut, F. (2021). Banks vs FinTech in the French Market. World Scientific Book Chapters, ss. 507-536.
6. Beaumont, P., Tang, H. ve Vansteenbergh, E. (2020). The role of FinTech in small business lending: Evidence from France. Unpublished working paper, Bank of France.
7. Bhayani M., Patel M. ve Bhat C. (2016). Internet of Things (IoT): In a way of smart world. In Proceedings of the international congress on information and communication technology. Springer, Singapore. ss. 343-350
8. Cardona D., Werth O., Schönborn, S. ve Breitner M. (2019). A Mixed Methods Analysis of the Adoption and Diffusion of Chatbot Technology in the German

- Insurance Sector. Conference: Proceedings of the 25th Americas Conference on Information Systems (AMCIS) At: Cancu, Mexico
9. Ferreira, T. V. V. (2021). Segmented and bundled solution for mass market insurance consumers: becoming a lifelong partner-an approach to strategy (Doctoral dissertation).
 10. Frick, J. ve Barsan, I. M. (2020). InsurTech-Opportunities and Legal Challenges for the Insurance Industry. *Revue Trimestrielle de Droit Financier*.
 11. Frosch M., Lauterbach J. ve Warg M. (2008). Challenges and Trends for Insurance Companies. In book: *Handbook on Information Technology in Finance*, ss.753-771
 12. Gidaris, C. (2019). Surveillance capitalism, datafication, and unwaged labour: the rise of wearable fitness devices and interactive life insurance. *Surveillance & Society*, 17(1/2), ss.132-138.
 13. Gvozdrenović N. ve Uzelac O. (2018). Telematics and Recent Trends in Automotive Insurance and Other Types of Insurance. *Project: Finance, Banking and Insurance*, ss. 33-43
 14. Haueter N. V., (2017). "A History of UK insurance Swiss Re. All rights reserved. Swiss Re Corporate History, ss. 5-6.
 15. Healy, N. Joseph., 2020, January 22. maritime law. "Encyclopedia Britannica".
 16. Hurley, P. (2020). Re-engineering the Insurance Industry for Innovation. *Journal of Applied Financial Research*, 1. ss.60-71.
 17. Institute of International Finance (2016). *Innovation in insurance: how technology is changing the industry*
 18. Kumar N., Srivastava J. ve Bisht H. (2019). Artificial Intelligence in Insurance Sector, Conference: International Conference on Multi- Disciplinary Research and Innovation, *Journal of The Gujarat Research Society*, 21(7), ss. 79-91
 19. Lin, L. ve Christopher, C. (2019). The Promise and Perils of InsurTech. *Singapore Journal of Legal Studies*. 19(3). ss. 1-35
 20. Malhotra, R. (2021). Why Assicurazioni Generali is the 2021 global innovator, Accenture

21. Maziliauskas, A. ve Kogabayev T., (2017). "The definition and classification of innovation", *Journal of Business and Public Administration* 8, 1 p.
22. Mustafina, A. A., Kaigorodova, G. N., Alyakina, P. D., Velichko, N. Y. ve Zainullina, M. R. (2020). Digital technology in insurance. In *Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends and New Opportunities*, Springer, Cham, ss. 678-685
23. Neirotti, P. ve Paolucci, E. (2007). Assessing the strategic value of Information Technology: An analysis on the insurance sector. *Information & Management*, 44(6), ss. 568-582.
24. Qadi, A. E., Diaz-Rodriguez, N., Trocan, M. ve Frossard, T. (2021). Explaining Credit Risk Scoring through Feature Contribution Alignment with Expert Risk Analysts. arXiv preprint arXiv:2103.08359.
25. Rego, M. L. ve Carvalho, J. C. (2020). Insurance in today's sharing economy: new challenges ahead or a return to the origins of insurance?. In *InsurTech: A legal and regulatory view*. Springer, Cham. ss. 27-47
26. Sandhu A., Chen S., Rochlani A., Tay J. H. ve Thamri B. (2020). *INSURANCE REDEFINED A roadmap for Insurers and Insurtechs*, Singapore Fintech Association
27. Serrat, O. (2017). "Business Model Innovation". In: *Knowledge Solutions*. Springer, Singapore.
28. Veselovská S., Jancikova E. (2018). New trends in insurance information security technologies. *Conference Proceedings: 2nd International Scientific Conference ITEMA*, ss. 652-659.
29. Wilamowicz, A. (2019). The great FinTech disruption: InsurTech. *Banking & Finance Law Review*, 34(2), ss. 215-238.
30. Worldwide, A. (2013). *Group Life and AD&D Insurance Benefits*.
31. Xiao Z. ve dig. (2020). Blockchain and IoT for Insurance: A Case Study and Cyberinfrastructure Solution on Fine-Grained Transportation Insurance. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*. ss. 1-14

- 32.Yeşilyurt, H. (2015). Cyber Security Risks And Solutions in The Financial Services Sector: Payment Systems And Supply Chain Integrity. CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 13(2).
- 33.Yıldız, Y. (2017). Turkey's digital insurance innovation.
- 34.Zheng, L. ve Guo L. (2020). Application of Big Data Technology in Insurance Innovation. Conference: International Conference on Education, Economics and Information Management (ICEEIM 2019), ss. 285-294

Türk dilinde

1. Ünal, A. ve Kilinc I., (2016). “İnovasyon Yönetimi, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi”. Nobel Akademik Yayıncılık, 99-134.
2. Sağım, C., Işık, H., Kepçe, Ö. ve Sağım, Z. (2021). “Temel sigortacılık”, 10. baskı, Mesleki ve teknik anadolu lisesi, 42-46.
3. İnce, F. (2015). “Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) / Research and Development (R&D)”, Kitabda: Temel İlkeler, Kavramlar ve İşlevlerle İşletme Bilimine Giriş, Modern İşletmecilik, Publisher: Detay Yayıncılık, 247-270.
4. Yayla, Ş.O., (2019), “Sigortacılık ve Türkiye’de Sigorta Sektörünün Durumu”, Liberal Düşünce Dergisi, Yıl: 24, Sayı: 94, 108-109.
5. Gümüş, U.T. ve Özdemir, S., (2018), “Sigortacılıkta risk ve kasko sigortası: kasko sigortasının tercih edilmesi üzerine aydın ilinde bir uygulama”, Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, 4.
6. Danışman, S.A. (2015), “Yenilik (Innovation) ve İcat (Invention) Kavramları Arasındaki İlişki: Metaforlarla Keşfedici Bir Araştırma, Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:3, Sayı:2,143-164.
7. Dursun, Ö.O. (2017), “İnovasyon üzerine kavramsal bir inceleme”, International Journal of Management and Administration, Cilt:1, Sayı:1, 12-17.

8. Yayar, R. ve Daşçı A. N., (2020). “Özel Sağlık Sigortası Talebini Etkileyen Faktörlerin İkili Lojistik Regresyon Yöntemiyle Analizi”, İstanbul Örneği. SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi , Cilt 10, Sayı 1,21-22.
9. Abacı, M. (2018). IT Yatırımlarımızın Yüzde 41’i Dijitalleşmeye Gidiyor.
- 10.Çavuşoğlu, R. (2018). İkinci Nesil Insurtech Şirketine Dönüşmek İçin Çalışıyoruz.
- 11.Dalkiliç, N. (2012). Türkiye’de hayat dışı sigortacılık sektöründe etkinlik analizi. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (55), 71-90.
- 12.Dalkiliç, N. ve Gülcemal, M. E. (2020). Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Finansal Performanslarının Siniflandırılması. The Journal Of Social Science, 6(11), 95-106.
- 13.Eroğlu, M. A. (2018). Her Aşamada Müşteriye Dokunmalıyız.
- 14.Güzey, P. (2018). Dijital projelerin yüzde 80’inden fazlası başarısızlıkla sonuçlanıyor.
- 15.KPMG. (2017). Rebirth of insurance business with technology.
- 16.Şekeroğlu, S., Özüdoğru, H. (2013). Sigorta Sektöründeki Değişim: Insurtech. Hayat, 2014(2015), 2016.
- 17.Ünan, S. (2018). Sigortacılığın Kişisel Veri İmtihanı.
- 18.Usta, A., ve Doğantekin, S. (2017). Blockchain 101. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- 19.Yalçın, G. F. (2018). Sigorta Teknolojileri İçin Üretim Zamanı.

Rus dilinde

1. Разумовская, Е. А., Фоменко, В. В. (2016). “СТРАХОВОЕ ДЕЛО”, Учебное пособие, Под редакцией Е. А. Разумовской, Екатеринбург, 12-14 стр.

İnternet resurslar

1. https://www.stat.gov.az/source/finance/az/bul/Sigorta_2020_illik.pdf
2. <https://asa.az/bulletins>
3. <https://www.cbar.az/page-189/insurance>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Azərbaycanda 2011-2020-ci illər üzrə sığorta bazarının inkişaf tempi.....	39
Cədvəl 2: 2021-ci il üçün hesablanmış sığorta haqları və sığorta ödənişləri haqqında (şirkətlər üzrə, min manatla)	40
Cədvəl 3: Sığorta (təkrarsığorta) təşkilatları tərəfindən bağlanmış müqavilələr üzrə sığorta məbləği (2020).....	41
Cədvəl 4: Hesablanmış sığorta (təkrarsığorta) haqları (2020).....	42
Cədvəl 5: 2019-2020-ci illər üzrə bazar payları	44

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Azərbaycanda fəaliyyət göstərən, ən çox xidmət və məhsul sayına malik 10 sığorta şirkəti	43
---	----

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: Avtomobil sığortasına təsir edəcək tendensiyalar	48
Şəkil 2: Müasir texnologiyadan istifadə etməklə	48
Şəkil 3: Ağıllı ev sensorları.....	50