

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ**

Қўлёзма ҳуқуқида
УДК 336.72

УМАРОВА СОЖИДА МАХМУДЖАНОВНА

**СУҒУРТА ТАШКИЛОТИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ
МУНОСАБАТЛАРНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ ВА
МУАММОЛАРИ**

5A231201 – Суғурта иши

Магистр
академик даражасини олиш учун ёзилган
диссертация

**Илмий рахбар:
и.ф.н доцент Рахмонов Д.**

ТОШКЕНТ – 2014

Диссертация Тошкент молия институти «Суғурта ишит» кафедрасида
бажарилган.

Илмий раҳбар

и.ф.н., доцент Д.Рахмонов

Кафедра мудири

и.ф.н., доцент И.Очилов

Магистратура бўлими бошлиғи

и.ф.н., доцент У.Ортиқов

М У Н Д А Р И Ж А

КИРИШ	3
I-БОБ. СУҒУРТА ТАШКИЛОТИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МОҲИЯТИ ВА НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ	9
§1.1.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни юзага келишининг иқтисодий моҳияти.....	9
§1.2.Суғурта ташкилоти ва миждоз муносабатларни ташкил этишнинг психологик ва иқтисодий асослари.....	
§1.3.Суғурта ташкилоти ва миждоз муносабатларининг илғор хорижий тажрибалари.....	
I боб бўйича хулосалар.....	
II БОБ. СУҒУРТА ТАШКИЛОТИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ...	
§2.1.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни ташкил этишга таъсир этувчи омиллар таҳлили.....	
§2.2.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларнинг амалдаги ҳолати таҳлили.....	
§2.3.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларини тартибга солишнинг ҳозирги ҳолати.....	
II. боб бўйича хулосалар.....	
III БОБ. СУҒУРТАЛОВЧИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ УСТУВОР ЙУНАЛИШЛАРИ	
§3.1.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги юзага келадиган муаммоларнинг турлари, сабаб ва омиллари.....	
§3.2.Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни шакллантиришда мавжуд муаммоларни ҳал этиш йўллари ва истиқболлари.....	
III боб бўйича хулосалар.....	
ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР	
ҲОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ	

К и р и ш

Диссертация мавзусининг долзарблиги Ўзбекистон Республикасида суғурта бозори ривожланишини давлат томонидан қўллаб қувватланиши натижасида юридик ва жисмоний шахсларга суғурта хизматларини кўрсатиш кўлами кенгайиб сифат кўрсаткичларида ижобий ўзгаришлар юз берди.

Шунингдек суғурта бозори йилдан-йилга жадал суръатлар билан ривожланиб бормоқда. Бу борада мухтарам Президентимиз И.А.Каримов ўз маърузасида мобил алоқа, интернет, видеотелефон тизими, рақамли телевидения, замонавий банк хизматлари, лизинг, суғурта, аудит, инжиниринг ва бошқа замонавий хизмат турларини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратмоқдамиз деб таъкидлади ¹ Президентимиз раҳнамолигида мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг кўламли ислохотлар жараёнида суғурта бозорини ҳам жадал ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Натижада бугун суғурта хизматлари корхона ва ташкилотларнинг ҳамда, аҳолининг мулкӣ манфаатларини ҳимоя этувчи самарали воситага айланиб, ушбу соҳа ҳар томонлама изчил тараққий этиб бормоқда. Суғурта ташкилотлари капиталлашув даражасининг оширилиши эса уларнинг молиявий барқарорлигини таъминламоқда. Бу борадаги қонунчилик базасининг такомиллаштириб борилиши ҳамда суғурта фаолиятини янада ривожлантириш дастури доирасида амалга оширилаётган ишлар эса соҳа тараққиётида муҳим аҳамият касб этмоқда.²

2008 йил 21-майдаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Суғурта хизматлари бозорининг янада ислоҳ қилиш ва ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 872-сонли, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 ноябрдани ПҚ-1438-сонли Қарорлари қабул қилинди. Мазкур қонун ва қарорларни қабул қилиниши юридик ва жисмоний шахсларнинг суғурта махсулотларига бўлган манфаатдорлигини оширишга

¹ Президент И. Каримовнинг 2010-йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011-йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.

²Ф.Каримов, "Ўзгросуғурта" ДАСК (ОАЖ) Бошқаруви Раиси "Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси" журнали. 2011-йил

хизмат қилиши билан бир қаторда, суғурта ташкилотларининг фаолият юритишларига учун қулай шарт шароитлар яратди.

Юридик ва жисмоний шахсларнинг кенг қатламини суғурта махсулотлари билан таъминлашда ва унинг сифатини яхшилашга Давлат суғурта назорат инспексияси ва қатор суғурта компаниялар томонидан эътибор қаратилмоқда.

Ўзбекистон суғурта бозорини хусусан суғурта ташкилоти ва мижозлар ўртасидаги муносабатларни жаҳон стандартларига мос равишда ривожлантиришга эътибор қаратилмоқда ва суғурта бозорини модернизациялаш тубдан янгилашга катта эътибор қаратилмоқда. Суғурта хизматлари бозорини ривожлантириш аҳоли кенг қатламининг ва хўжалик юритувчи субъектларнинг суғурта хизматларидан фойдаланишни рағбатлантириш мақсадида бир қатор янгиликлар яратилган. Хусусан, давлатимиз раҳбарининг қарори асосида мол-мулкни ва ҳаётни узоқ муддатга суғурталаш бўйича суғурта мукофотлари солиқдан озод қилинди. Мамлакатимизда суғурта бозорини сифат жиҳатдан модернизациялаш ва миллий суғурталовчи ташкилотлар томонидан аҳолига 200 дан ортиқ суғурта хизмати таклиф этилаётгани Ўзбекистон суғурта бозорида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни тараккий этиб бораётганидан далолат беради.

Миллий суғурта бозорида ҳар бир суғурта кампанияси бозор талаблари ва амалдаги қонунчиликдан келиб чиққан ҳолда сифатли рақобатбардош хизмат турларини таклиф этишга интилоқда Бу ўз навбатида суғурта бозорини соғлом рақобат асосида ривожланишига замин яратди.

Суғурта хизматларининг рақобат бозори янада ривожлантириш суғурта фаолиятининг замонавий турларини такомиллаштириш ва сифатини ошириш суғурталовчиларни капиталлашув даражасини кўпайтириш борасида салмоқли ишлар амалга оширилмоқда. Умуман олганда давлатимиз томонидан яратилган иқтисодий ва ижтимоий инфратузилмасини асосий бўғинларидан

бўлган суғурта фаолияти жадал суръатларда ривожланиб такомиллаштирилиб борилмоқда.

Тадқиқот мақсади ва вазифалари. Тадқиқотнинг мақсади суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни самарали ташкил этиш ҳамда муаммоларини тадқиқ қилиш, уларни такомиллаштириш бўйича амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Юқорида кўрсатилган мақсадга эришиш учун тадқиқот ишида кўйидаги асосий вазифалар белгиланган:

- суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни Ўзбекистон суғурта бозорида тутган муҳим ўрнини асослаб бериш;

- суғурта хизматлари асосий турларининг ривожланиш тенденцияларини тадқиқ қилиш;

- суғурта ташкилотлари фаолияти самарадорлигини таҳлил қилиш ва баҳолаш;

- суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни назарий ва амалий асосларини ўрганиш;

- суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни давлат томонидан тартибга солиш механизминини шаклланиш босқичларини баҳолаш;

- суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни ривожланишидаги муаммоларни аниқлаш ва уларни ҳал этишга қаратилган таклиф ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш;

- жаҳон амалиётида суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни давлат томонидан бошқариш асосларини таҳлил қилиш асосида унинг илғор тажрибаларини республикада ижобий қўллашга қаратилган илмий тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқот объекти ва предмети. Ўзбекистон Республикаси суғурта бозорининг профессионал иштирокчилари, суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни бошқариш тадқиқот объекти ҳисобланади.

Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатлар ҳамда суғуртани амалга ошириш билан боғлиқ фаолият кўрсатиш жараёнида содир

бўладиган ҳуқуқий, психологик ҳамда иқтисодий муносабатлар суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни тадқиқ қилиш бўйича мавжуд қарашлар, илмий ишланмалар, истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича қонунчилик ҳужжатлари мазкур тадқиқот ишининг предметини ташкил этади.

Тадқиқотнинг асосий фарази. Тадқиқот фарази сифатида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни давлат томонидан бошқариш сифатини яхшилаш, суғурта ташкилотларида суғурта маркетингини янада ривожлантириш натижасида суғурта бозори бўйича кўрсаткичлар кескин ошади, деган илмий фараз қабул қилинган.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Диссертация мавзуси бўйича қатор изланишлар олиб борилган. Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни такомиллаштириш масалалари билан умумий олганда кўйидаги хорижий тадқиқотчилар Г.В.Чернова, С.А.Калайд³, Ю.Т.Ахвледиани⁴, Н.Н.Никулина⁵, В.Ю.Абрамов⁶, В.П.Галаганов⁷, О.Нор-Аревян⁸, С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова⁹, шу жумладан ўзбек тадқиқотчилари М.А.Мирсодиқов¹⁰, Х.М.Шеннаев¹¹, О.Г.Икромов¹², С.А.Умаров¹³, Б.Б.Ашрафханов¹⁴, Қ.М.Қўлдошев¹⁵ ва бошқалар томонидан олиб борилган.

Республикамизда нисбатан ёш, лекин барқарор ўсиш суръатларини намоён этаётган суғурта бозори мавжуд. Ўзбекистон Республикаси суғурта бозорини ривожланиши давлат томонидан қўллаб-қувватланиши натижасида юридик ва жисмоний шахсларга суғурта хизматларини кўрсатиш кўлами

³ Г.В. Чернова, С.А. Калайда «Страховое дело» Журнали 2010 №12 24-31 бет.

⁴ Ю.Т. Ахвледиани Страхование. Дарслик. Юнити Дата, 2006 .

⁵ Н.Н. Никулина ва б. Страховой маркетинг.М.: Юнити, 2009 й. 211 бет.

⁶ В.Ю. Абрамов Страхование: теория и практика.-М.; Волстер Клувер, 2007.

⁷ В.П. Галаганов Страховое дело. – М.: Академия, 2009г.

⁸ О. Нор-Аревян Социальное страхование. Дарслик. Дашков и К,2011.

⁹ С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова Страхование. Дарслик. Высшее образование 2008.

¹⁰ М.А. Мирсодиқов, Б.Б. Ашрафханов, Основные тенденции развития страхового рынка Узбекистана. Бозор, пул ва кредит. 2002 №4 38-40 бет.

¹¹ Х. Шеннаев Суғурта иши. –Т.: «Турон иқбол», 2006. – 224 б.

¹² О.Г. Икромов «Ўзбекистон суғурта бозори ривожланиш тенденциялари» Т.: «Тошкент инвестиция ва молия форуми» материаллари, 2012 йил 7 апрель

¹³ С.А. Умаров Ўзбекистонда суғурта фаолияти ривожланишини бошқариш. Т.: Фан, 2009 й.

¹⁴ Б.Б. Ашрафханов, М.М. Мирсодиқов Основные итоги и перспективы развития страхового рынка Узбекистана. «Страховое дело» Журнали. - 2004. - №3.- 57-64 бет.

¹⁵ Қ.М. Қўлдошев Суғурта бозорини ривожлантириш ва бошқариш муаммолари. И.ф.н. илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Т.: БМА, 2009. –23 б.

кенгайиб, сифат кўрсаткичларида ижобий ўзгаришлар юз бермоқда. Суғурта ташкилотларининг миждозларга хизмат кўрсатиш фаолиятининг ҳуқуқий асослари мустаҳкамланиб, мунтазам такомиллаштирилиб борилмоқда. Шуларни инобатга олганда, суғурта ташкилотлари ва миждоз ўртасидаги муносабатларни қонуний тўғри ва маркетинг стратегиясига асосланган ҳолда ташкил этиш, уни бошқаришнинг институционал асосларини такомиллаштириш, суғурта хизматлари бозори ривожланиш тенденцияларини баҳолаш ҳамда уни давлат томонидан тартибга солиш, шунингдек, суғурта фаолиятини ривожлантириш концептуал қоидаларини, миллий суғурта компанияларини бошқаришнинг услубий асосларини ишлаб чиқиш ҳамда суғурта бозорининг истиқболини белгилаш мамлакатимизда иқтисодий ва модернизация қилиш ва демократик бозор ислохотларини янада чуқурлаштиришнинг долзарб вазифаларидан бири ҳисобланади.

Тадқиқотда қўлланилган услублар. Тадқиқотни амалга оширишда мантиқий, иқтисодий, молиявий, қиёсий таҳлил, кузатиш, умумлаштириш усулларидан фойдаланилади.

Тадқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти. Тадқиқотнинг назарий натижалари суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни самарали ташкил этишда қўлланилиши мумкин.

Тадқиқот иши натижаларининг амалий аҳамияти, диссертациянинг илмий таклиф ва амалий тавсиялари республикаимиз суғурта ташкилотлари фаолияти ва суғурта хизматлари комплекс ривожлантирилишига қаратилган ҳукуматнинг мақсадли дастурлари, чора-тадбирлар тизими ишлаб чиқилишида қўлланилиши мумкинлиги билан белгиланади.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги . Республикаимиз суғурта бозорида актуарийлар, аджастерлар, сюрвейерлар ва асистанс хизматларини янада такомиллаштириш ва суғурта бозорида суғурта таъриф ставкаларни ҳисоблашга асос бўладиган статистик маълумотларни марказлаштирилган баъзасини яратиш, суғурта хизматларини сотиш йўналишларини электрон тизими асосида қулайлаштириш яъни интернет орқали амалга оширишни

йўлга қўйиш, қайта суғурталаш муносабатларини йўлга қўйишни такомиллаштириш ҳамда суғурта воситачиларининг ролини ошириш, суғурта компанияларида замонавий ахборот технолигияларни йўлга қўйишни такомиллаштириш иборат.

Магистрлик диссертация ишининг таркиби. Тадқиқот ишининг биринчи бобида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ташкил этиш моҳияти ва назарий асослари, суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни юзага келишининг иқтисодий моҳияти, муносабатларни ташкил этишнинг психологик ва иқтисодий асослари ва илғор хорижий тажрибалари таҳлили келтирилган. Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ташкил этишга таъсир этувчи омиллар таҳлили ҳамда суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг амалдаги ҳолати таҳлили тадқиқот ишининг иккинчи бобида кўриб чиқилган. Диссертациянинг учинчи бобида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни шакллантиришда мавжуд муаммоларни ҳал этиш йўллари ва истиқболлари тўхталиб ўтилган. Хулоса қисмида тадқиқот натижасида олинган илмий янгиликлар ўз аксини топган.

Ишнинг умумий ҳажми 94 бетни ташкил этади

I-БОБ. СУҒУРТА ТАШКИЛОТИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МОҲИЯТИ ВА НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1.1 Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни юзага келишининг иқтисодий моҳияти

Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларнинг ижтимоий-иқтисодий моҳиятини тўлиқроқ очиб бериш учун илмий адабиётларда бу масалага бўлган ёндашувларни ўрганиш мақсадга мувофиқдир. Уларда «суғурта-хизмат кўрсатиш индустрияси»¹⁶ эканлиги қайд этилган, шунга асосланиб, кейинги йилларда халқаро иқтисодий атамашуносликда «хизматлар иқтисодиёти назарияси» қарор топаётганлигини таъкидлаш мумкин.

Суғурта фаолиятида ўз моҳияти нуқтаи назаридан, айнан «хизмат» тушунчаси фундаментал ҳисобланади. Суғуртачи (суғурта ташкилоти) томонидан таклиф этилаётган «хизмат» ўзида дастлаб моддийликни акс эттирмайди, яъни у ўз миждозига фақат «ваъдани сотади». Шу нуқтаи назардан халқаро савдода унга «кўринмайдиган фаолият»¹⁷ деб ҳам тасниф берилади. Суғурталанувчига шартнома тузилганлигини тасдиқловчи далил-хужжат сифатида «полис»¹⁸ берилади холос. Суғурта шартномасида суғурталанувчига суғурта воқеасига кўра, кўриши эҳтимол бўлган зарарининг эквивалент қийматидаги пул тўлови (айрим ҳолларда мол-мулк кўринишида) таъминланиши назарда тутилади. Шартноманинг бажарилиши унда қайд этилган маълум давр оралиғида амалга оширилади.

Мамлакатимизда босқичма - босқич бозор муносабатлари шаклланиши ва ривожланиши, иқтисодиёт субъектларининг юксак даражадаги иқтисодий мустақиллиги, эркинлиги даражаси ортиб бораётган жараёнда доимо рисклар мавжуд бўлиши кузатилади. Улар манфаатларига зарар келтириши мумкин

¹⁶ Қаранг: Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institute, Great Britain, 1993. p. 1 b. 3.

¹⁷ Қаранг: Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institute, Great Britain, 1993. p.1 b. 4.

¹⁸ Қаранг: Ефимов С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. М.: Церих -ПЭЛ, 1996. I-X, с. 347.

бўлган ва доимий такрорланиб турадиган рискларни қайта тақсимлаш, яъни ўзига хос бўлган махсус хизмат билан суғурта шуғулланади.

Бугун бизнинг ҳаётимиз тасодифий ҳодисаларга бой ва бу ҳодисалар ҳар доим ҳам ижобий бўлавермайди. Кўпчилик ҳодисалар соғлиққа, мол-мулкка, инсониятнинг яшаш турмушига, корхоналарнинг молиявий ҳолатига зарар келтириши ёки кўзда тутилган режаларни ўзгартириб юбориши мумкин. Бундай содир бўлиши мумкин бўлган ҳодисалар “қалтисликлар” номи билан боғлиқ. Кўзда тутилмаган қалтисликнинг содир бўлиши билан, табиийки унинг зарарларини қоплаш ва олдини олиш зарурияти юзага келади. Бусиз ишлаб чиқариш жараёнларини тўхтовсизлигини таъминлаб, ҳаёт учун салбий таъсирини камайтириб бўлмайди.

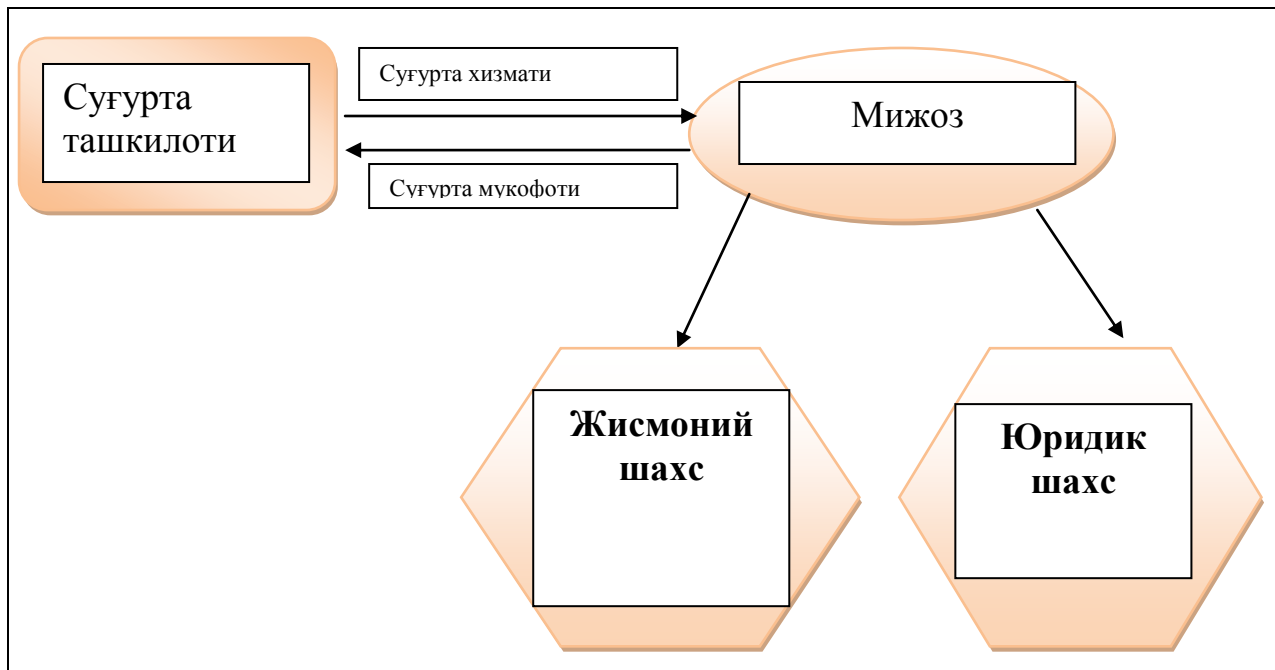
Қалтисликларнинг инсонлар ҳаёти учун салбий таъсирини камайтириш “суғурта” орқали амалга оширилади, бунда содир бўлган салбий ҳодисалар оқибатларини бартараф этишга кетган харажатларни бир нечта хўжалик юритувчи молиявий субъектлар ўртасида тақсимлаш тушунилади.

Суғуртанинг молиявий бозор муносабатлари тизимидаги асосий тушунчалари моҳиятини англамасдан туриб суғурта секторининг муаммоларини аниқлаш ва суғура ташкилти ва мижоз ўртасидаги муаммоларни ҳал этиш масаласига нисбатан оқилона ёндашиб бўлмайди. Шулардан энг муҳимлари жумласига, қўйидаги асосий тушунчалар киради: суғурта, суғурта фаолияти, суғурта таваккалчилиги (суғурта хавфи)¹⁹, суғурта бозори, суғурта бозорининг профессионал иштирокчилари.

Демак, суғурта муносабатлари вужудга келиши учун суғуртага нисбатан эҳтиёж бўлиши керак. Ушбу эҳтиёж, бир томондан, ўз фаолиятидаги (иктисодий фаолиятидаги ҳам) қалтисликларни камайтиришга интиладиган субъект–фуқаролар, уй хўжаликлари ёки тадбиркорлар (суғурта қилдирувчилар)да ва иккинчи томондан, бундай қалтисликларни камайтириш имконини берувчи тузилмалар (аниқ суғурта воситалари орқали)–

¹⁹ Ўзбекистон Республикаси «Суғурта фаолияти тўғрисидаги» Конунида «таваккалчилик», Фуқаролик Кодексида «хавф» тушунчалари ишлатилган. Халқаро суғурта соҳасида эса «risk» атамаси қўлланилади.

ихтисослаштирилган хўжалик юритувчи субъектлар (суғурта ташкилотлари)да юзага келади. Шундай қилиб, суғурта – бу авваламбор, қалтислик ва уни барқарорлаштириш борасида суғурталовчи билан суғурта қилдирувчи ўртасида юзага келадиган муносабатдир.



1.1.1-расм. Суғурта ташкилоти ва мижоз муносабатлари.

Суғурта инсонни ва унинг мулкани тасодифли хавф-хатарлардан ҳимоялашнинг иқтисодий зарурияти натижасида юзага келди ва ривожланди.

Суғуртада инсонлар ўртасида моддий бойликларни ишлаб чиқариш, тақсимот, айирбошлаш ва истеъмол қилиш жараёнида юзага келадиган маълум иқтисодий муносабатлар амалга оширилади. У барча хўжалик юритувчи субъектларга ва жамиятнинг барча аъзоларига зарарларни қоплашда кафолат тақдим этади.

Жамият ва табиат кучларини ўзаро алоқаларидан юзага келадиган зиддиятлар оқибатида пайдо бўладиган зарарни қоплаш, табиий офатларнинг салбий оқибатларини олдини олиш, уларни бартараф этиш ва чеклаш бўйича кишилар ўртасида маълум ўзаро муносабатлар ўрнатиш заруриятини келтириб чиқаради. Кишилар ўртасидаги мазкур объектив муносабатлар ишлаб чиқариш жараёнини узлуксиз ва муттасил таъминлаш учун, эришилган турмуш даражасининг барқарорлиги ва мустаҳкамлигини

таъминлаш зарурлигидан келиб чикиб, иқтисодий категория сифатида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатлар суғуртанинг моҳияти очиб беради.

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидаги белгилар асосида аниқланади:

- суғурта хатарининг мавжудлиги ва тасодифийлиги;
- зарарни қоплашнинг объектив эҳтиёжи;
- макон ва замонда қайта тақсимлаш муносабатларининг мавжудлиги;
- суғурта зарарини суғурта иштирокчилари, яъни суғурталанувчилар ўртасида қоплашнинг амалга оширилиши;
- суғурта ташкилоти (суғурталовчи) ва мижоз (суғурта қилувчилардан) ташкил топган суғурта уюшмаларининг шакллантирилиши;
- етказилган зарарни натурал ёки пул шаклида ифодаланиши;
- суғурта ҳодисаларининг оқибатларини олдини олиш, камайтириш ва бартараф этиш бўйича чора-тадбирларни амалга ошириш;
- суғурта тўловларининг (бадалларининг) қайтарилиши;
- суғурта фаолиятининг ўз харажатларини ўзи қоплаши.

Суғурта ўзининг узоқ муддатли тараққиёти давомида бирмунча ўзгаришларга тўқнаш келиб, бу ҳолат ҳозирда ҳам кўпгина вазиятларга татбиқ этилмоқда. Бундай вазиятларда суғурта ташкилоти жабрланганлар учун унинг мулкӣ манфаатларини муҳофаза қилиш учун қўшимча кафолат бўлиб хизмат қилади.

Моддий бойликларни йўқотилиши ёки шикастланиши билан боғлиқ бўлган зарарларни қоплашни таъминловчи мулкӣ суғурталаш билан бир қаторда, касаллик, шикастланиш ёки киши маълум ёшга етганда, вафот этганда маълум маблағларга эга бўлишни кафолатловчи шахсий суғурталаш ҳам пайдо бўлди.

Суғурта тушунчаси тадбиркорлик билан узвий боғлиқ. Тадбиркорлик учун ташкилий-хўжалик новаторлиги, ресурслардан фойдаланишнинг янги,

янада самарали усуллари излаб топиш, мослашувчанлик, риск билан боғлиқ фаолиятларни амалга ошириш сингари хусусиятлар хосдир. Бунда тадбиркорлик фаолиятининг табиатини изохловчи маълум суғуртавий манфаатлар пайдо бўлди. Мос равишдаги суғурта шартномаларига бириктирилган бу суғуртавий манфаатлар тадбиркорликни ривожлантиришнинг истиқболли шаклларига эгалик қилишга, маблағ жамғаришнинг янги соҳаларини излаб топишга ундайди.

Бозор иқтисодиётига ўтиш ижтимоий такрор ишлаб чиқаришда суғуртанинг ролини тубдан оширишни таъминлайди, суғурта хизматлари соҳаси кўламини кенгайтиради ва давлат томонидан суғурталаш муқобил йўллари ривожлантиришга имкон беради. Халқ хўжалигини бошқаришнинг маъмурий - буйруқбозлик тизимида, давлат мулкани ҳал қилувчи роли ва унинг бутлигини сақлашда меҳнат жамоалари ҳамда раҳбарларнинг кучсиз иқтисодий жавобгарлиги туфайли, суғурта иқтисодиётда ва ижтимоий муносабатларда ўзининг ўрнига эга эмас эди.

Бозор муносабатларини чуқурлаштиришда янги товар ишлаб чиқарувчи ўзининг кўрқув ва рискига боғлиқ ҳолда фаолиятини бошлайди, шахсий режалари бўйича жавобгарликни ўз зиммасига олади. Шундай вазиятларда суғуртанинг роли ва аҳамияти янада ортади. Бунда одатдаги мўлжалланганлик билан - табиий офатлардан ҳимояни таъминлаш (ер қимирлаш, сув тошқини, тўфонлар ва ҳ.к), техник ва технологик характер касб этувчи тасодифли вазиятлар (ёнғин, авария, портлашлар ва ҳ.к) - суғурталаш объекти бўлиб кўп ҳолларда турли криминоген (жиноятчилик) ҳодисалардан кўриладиган зарарлар бўлиб қолмоқда (ўғирлик, транспорт воситаларини олиб қочиш ва ҳ.к).

Суғурталанувчилар сифатида чиқувчи турли мулк шаклидаги корхона ва ташкилотлар асосий ҳамда айланма воситалар шикастланишида ифодаланувчи нафақатгина зарарни қоплашга, балки тадбиркорлик рискларини кафолатлашга эҳтиёж сезмоқда

Бозор иқтисодиёти шароитида суғурта бир томондан кишилар фаровонлиги ва бизнесининг ҳимоя воситаси бўлиб ҳисобланса, бошқа томондан эса - даромад келтирувчи фаолият тури сифатида намоён бўлади.

Суғурта ташкилотларининг фойда манбалари бўлиб суғурта фаолиятдан олинadиган даромадлар, фаолиятнинг ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳалари объектларига бўш пул маблағларини вақтинчалик инвестициялашдан, корхона акцияларидан, банк депозитларидан, қимматли қоғозлардан олинadиган даромадлар ҳисобланади.

Суғуртанинг иқтисодий моҳияти унинг функцияларида янада яққол намоён бўлади. Бунда, энг асосийси хавф-хатар(риск) функция бўлиб, суғурта rischi зарарини қоплашда суғурталанувчи (жабрланувчи) га пул (молиявий) ёрдамини беришга мўлжалланганлиги билан бевосита боғлиқдир. Айнан хавф-хатар функцияси тасодифий суғурта ҳодисаларининг оқибатлари билан боғлиқлиги туфайли, суғурта иштирокчилари ўртасида қийматнинг пул шакли қайта тақсимланади.

Суғуртанинг огоҳлантириш функцияси суғурта rischi салбий оқибатларини камайитириш мақсадида суғурта жамғармалари маблағларининг бир қисми ҳисобидан молиялаштириладиган чора-тадбирлар орқали амалга оширилади.

Булардан ташқари суғурта жамғарма(омонат) функциясини ҳам бажаради. Суғуртанинг ушбу функцияси оила фаровонлигини таъминлашга суғуртавий ҳимоя орқали ҳам эришиш мумкинлигини юзага чиқаради ва амалда исботлайди.

Юқорида қайд қилинган функциялардан ташқари, суғурта ташкилотлари маблағларини инвестиция қилиш сабабли суғуртанинг яна бир функциясини - инвестиция функциясини ажратиб кўрсатиш мумкин. Суғурта ташкилотларининг бўш маблағларидан фойдаланиш миллий иқтисодиётни ривожлантириш ҳамда суғурта ташкилотининг молиявий барқарорлигини мустаҳкамлаш учун улкан аҳамиятга эгадир.

Шундай қилиб, юқорида қайд қилинганлардан шундай хулосага келиш мумкинки, суғурта исталган тараққий этган инсоният жамияти учун объектив зарурият бўлиб ҳисобланади. У исталган давлатда муҳим ижтимоий-иқтисодий аҳамият касб этади. Бугунги кунда махсус фаолият сифатида суғуртага конуний мақом берилмаган дунёнинг ҳеч бир давлатини учратиш мумкин эмас.

Буйруқбозликка асосланган иқтисодиётдан бозор иқтисодиётига ўтиш даврида суғурта соҳаси алоҳида рол ўйнайди. Бозор иқтисодиётига ўтиш унда суғурта бозорининг ролини сезиларли даражада оширишни тақозо этади. Давлат, марказлашган суғурта (заҳира) жамғармалари, хўжалик субъектларининг ўзини-ўзи суғурта қилиш жамғармалари ва суғурта компанияларининг жамғармалари ўртасидаги нисбат тубдан ўзгармоқда. Давлат суғурта (заҳира) жамғармалари аввалги етакчилигини йўқотиб бормоқда. Такрор ишлаб чиқариш жараёнининг айрим субъектларини хатарлардан ҳимоялаш ва уларга тегишли бўлган маблағларни жамғариш каби анъанавий вазифалардан ташқари, хатарларни бошқариш, уларнинг оқибатларини камайтириш чора тадбирларини амалга оширишда суғуртанинг роли йил сайин ортиб бормоқда. Буларнинг барчаси суғуртанинг назарий асосини, бирон бир ислоҳ қилинаётган иқтисодиётнинг ўзига хос шароитларига тадбиқан суғурта бозорини ислоҳ қилиш усуларини янада чуқур тадқиқ этишни талаб қилади.

Иқтисодий тараққий этган давлатларда суғурта кундалик ҳаётнинг ажралмас бир қисмига айланганлигини алоҳида қайд этиш лозим. Бугунги кунда АҚШ, Япония ва Европа Иттифоқи давлатларида кўпчилик фуқаролар фақат ўз ҳаётларининггина эмас, балки бутун мол-мулкни, фарзандларининг ҳаётини тўлиқ суғурталагани айтиш ҳақиқатдир. Улар суғуртани «тинч ҳаёт кечириш учун тўлов» деб талқин этадилар.²⁰ Бу ўринда мазкур давлатларда суғурта муносабатлари бир неча ўн ва ҳатто юз йиллардан бери ривожланиб келаётганига эътиборни қаратиш лозим.

²⁰ Т.С. Маликов, Н.Х. Ҳайдаров, МОЛИЯ: умумдавлат молияси, Ўқув қўлланма. -Т: IQTISOD-MOLIYA, 2009, 426-бет.

Суғуртанинг моҳияти Ўзбекистонда мустақиллик йилларида янги мазмун касб этди. Истиқлол йиллари суғуртанинг янада ривожланиши учун шундай қулай шароитлар яратилдики, бунинг натижаси ўлароқ, суғурта бозори кескин суръатларда ривожланмоқда. Агар собиқ иттифоқ даврида мамлакат ичкарасидаги барча суғурта ишлари фақат «Госстрах» деб аталмиш давлат суғурта органлари томонидан амалга оширилган бўлса, бугунги кунда суғурта бозорида турли мулкчилик шаклидаги 34 га яқин суғурта ташкилоти томонидан 200 дан ортиқ суғурта хизмат турлари кўрсатилмоқда ва ушбу ҳолат суғурта бозорининг мамлакат иқтисодиётидаги салмоғини орттирмоқда. Суғурта ташкилотларининг сонининг ортиб бориши суғурта қилдирувчиларга танлаш имконини беради, ўзаро рақобат муҳитини шакллантиради ва иқтисодиётнинг ўсишига салмоқли таъсир кўрсатиш имконини беради. Суғурта бозорида суғурта ташкилотлар сонининг тез суръатларда ўсиши молиявий тизимнинг ривожланиши ва жамиятнинг ривожланишга қараб илдамлашида муҳим аҳамият касб этади.

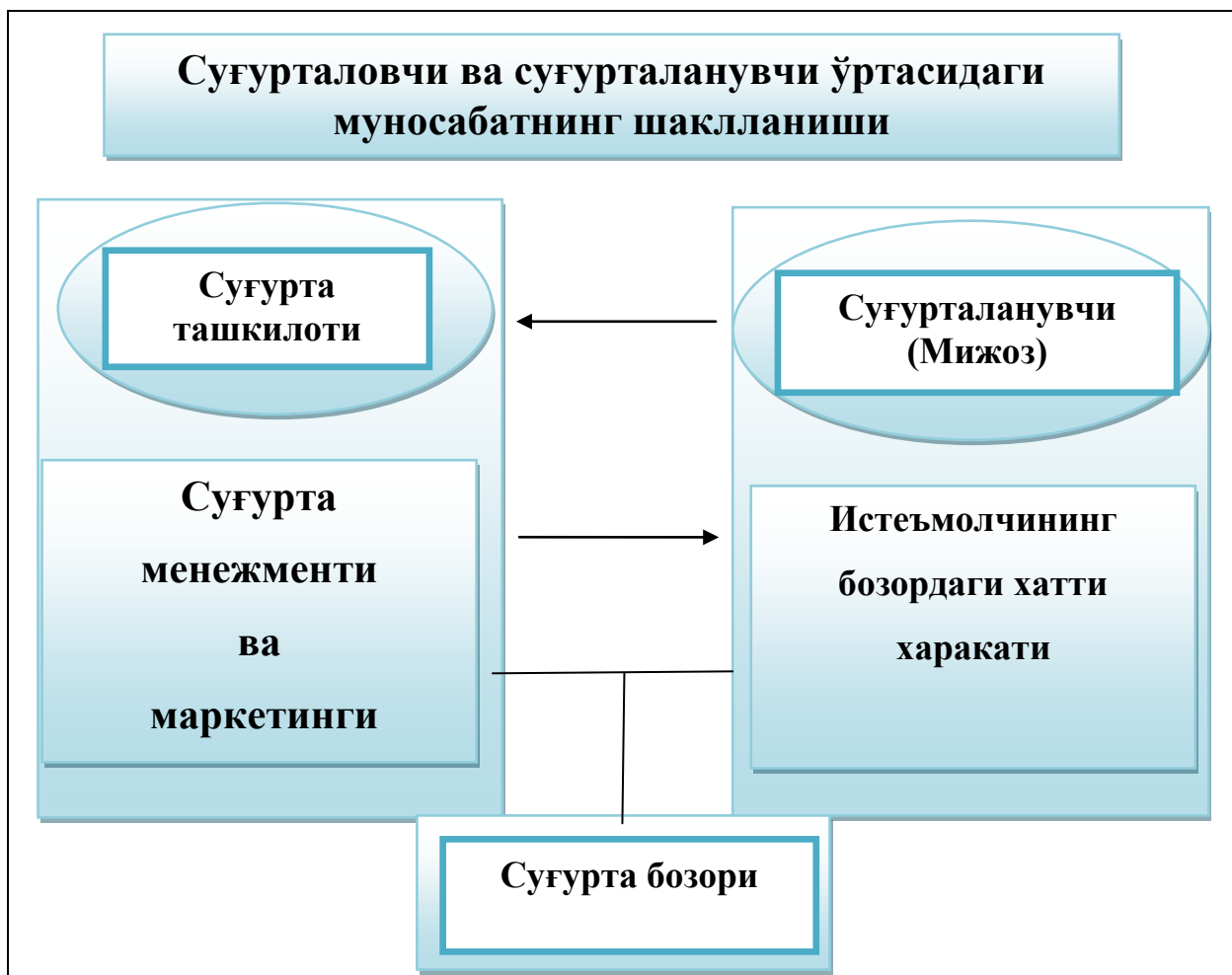
Бозор иқтисодиёти шароитида давлат томонидан суғурта тизимини бошқариш ва тартибга солиш объектив зарурият ҳисобланади. Суғурта бозорида гоҳида суғурта ташкилотлари рақобатни чегаралаш мақсадида ҳамкорликда иш олиб боришлари ва бошқа суғурта ташкилотларининг бозорда фаолият кўрсатишларига қарши чоралар кўришлари, тарифларни сунъий равишда оширишга ҳаракат қилишлари, суғурта шартномалари шартларини бажариш билан боғлиқ суғурта қилдирувчилар ҳуқуқларининг поймол бўлишига сабаб бўладиган ҳолатларга йул қўйишлари мумкин. Ушбу ҳолатларни бартараф этишда давлат назоратчи вазифасини бажаради.

Шундай қилиб, суғурта – такрор ишлаб чиқариш жараёнининг микро ва макро даражаларида тартибга солиб турувчи, молиявий тизимнинг муҳим таркибий қисмидир. У аҳоли фаровонлиги, бизнес ҳимояси ва ишлаб чиқаришнинг тўхтовсизлигини таъминловчи асосий восита бўлиб хизмат қилади.

Суғурта бозорида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни шаклланишини маркетинг ва менежментнинг ердасиз тасавур этиб бўлмайди. Суғуртада маркетинг стратегияси ҳамда суғуртада менежмент бошқаруви истеъмолчининг бозордаги хатти-ҳаракати талаб истак ва эҳтиёжларини ўрганиш ва аниқ дастур асосида мижозга маҳсулотни етказиш (потенциал мижоз) ишлаб чиқаришдаги янгиликлар ва ўзгаришлар билан таништириш зарур. Маҳаллий суғурталовчилар иш фаоллигини оширишда истеъмолчилар томонидан суғурта компаниясини танлашдаги меъёрларидан бири бўлиб, юқори даражали, сифатли хизмат кўрсатиш, уларнинг эҳтиёжларини кондиринишда максимал даражада индивидуал ёндашув, суғурта маҳсулотларини мақсадли сегментда мавжуд талабга мос равишда таклиф этиш сингарилар ҳисобланади. Мазкур омиллар хизмат кўрсатиш жараёнидан ва суғурта маҳсулотининг мазмунидан суғурталанувчиларни суғурта бозорида суғурта хизматларидан қониқиш даражасининг ўсишига қаратилган.

Суғурта маркетингининг самарадорлиги суғурталовчи ва суғурталанувчининг ўзаро алоқалари учун аҳамиятли ҳисобланган барча омиллар мажмуини ўзида қай даражада интеграциялашувига боғлиқдир Шу сабабли қуйидаги тадбирларни амалга ошириш талаб этилади:

- рекламани, агентлар ва уларнинг мижозлари билан ўзаро алоқалари ҳамда бошқа коммуникацияларни ҳам ўз ичига олган ҳолда, суғурталовчи ва суғурталанувчи ўртасида ахборотлар айирбошлаш тизимини яратиш;



1.1.3.-расм Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатнинг шаклланиш жараёни

- суғурталовчининг ички ахборот манбалари (ички коммуникациялари)ни излаб топиш;
- суғурта хизматларини ишлаб чиқиш ва сифатини назорат қилиш;
- суғурта хизматларини сотиш ва сотишни рағбатлантириш тизимини ишлаб чиқиш;
- маҳсулот нархини белгилаш методикасини ишлаб чиқиш;
- суғурта маҳсулотлари ҳаётий циклининг барча босқичларида, жумладан, суғуртавий ҳолатларни текшириш ва тартибга солишда ҳам хизмат кўрсатиш;
- қўшимча хизматлар кўрсатиш (масалан, юридик ва инвестицион, сервис хизматлари ва ҳ.к);

Суғурта бозоридаги ҳолатни, рақобатни таҳлил қилиш. Замонавий суғурта маркетинги - бу суғурталанувчи эҳтиёжини максимал қондириш ва унинг даромадини ошириш мақсадида компания ҳатти-ҳаракатларини концентрациялашга қаратилган ўзига хос фикрлаш усулидир.

Мижозларни қониқишига эришиш суғурталовчининг асосий мақсадига- суғурта операцияларидан фойда олишга тўсқинлик қилмаслиги керак, яъни, маркетинг тадбирларига харажатлар, мазкур фаолият натижалари билан тенглаштирилиши зарур. Мазкур тенглик(баланс)ни маркетингда қилинадиган харажатларни унинг фойдага нисбати асосида математик йўл билан ҳисоблаб топилиши мумкин. Табиийки, маркетинг тадбири ўзининг самарадорлик чегарасига эга. Масалан, суғурта маҳсулотларини сотиш тармоғини ривожлантиришга исталган миқдорда маблағ сарфлаш мумкин.

Бироқ, мазкур ҳудудда суғуртанинг маълум туридаги миждларни қамраб олиш ўзининг маълум чегарасига эга. Суғурта хизматларининг сифати тўғрисида ҳам худди шу фикрларни айтиш мумкин. Суғурта маҳсулотларини чекланмаган тарзда такомиллаштириш ва уни мижд талабларига мослаштириш мумкин, лекин бу вазиятда навбатдаги ҳатти-ҳаракатлар фойдасиз ва ҳатто зиён келтириши ҳам мумкин. Шунинг учун замонавий шароитларда суғурталовчиларнинг маркетинг тадбирларини оптималлаштириш ўзига хос аҳамият касб этади, яъни суғурта хизматлари миқдори ва сифатини унинг рентабеллигидан келиб чиқиб ўлчаш талаб этилади. Қўйилган вазифаларни бажариш эса мос равишдаги маркетинг даромадлари таҳлили ва назорат даражасисиз мумкин эмас.

Замонавий жамиятни ахборотлаштириш суғурта компаниясининг миждлари тўғрисида ҳамда барча аҳоли тўғрисида улкан маълумотлар базасини ташкил этишга имкон яратади. Мазкур маълумотлар базаси компаниянинг шахсий портфелини ўрганишда ҳамда янги миждларни излаш ва уларни жалб қилишда муҳим рол ўйнайди. Уларнинг роли кун сайин ортиб боради, чунки, маркетингнинг асосий мазмуни бўлиб, суғурталовчи

фаолиятини суғурталовчининг ўзига хос хусусиятларига мослаштириш ҳисобланади.

Суғурта маркетингини ривожлантиришдаги замонавий йўналишлардан бирини рискли маркетинг деб номлаш мумкин. Унинг моҳияти компания мижозларининг турли гуруҳлари ва суғурта маҳсулотининг потенциал истеъмолчилари учун суғурта ҳодисасини содир бўлиш эҳтимолини чуқурроқ ҳамда динамик таҳлилини ўтказишдан иборатдир. Мазкур йўналишни бундан ташқари, бозорни техник сегментлаш деб ҳам номланади.

Ҳозирги вақтда мижозларни олдиндан (тахминий) саралаб олиш, мураккаб математик ва статистик аппаратга эга бўлган яхлит фанга айланди. У суғурта маҳсулотини сотиш босқичида хоҳиш-истаги мавжуд бўлмаган суғурталанувчиларни ажратиб танлашга имкон берувчи белгиларни аниқлашга хизмат қилади. Рискли маркетингни бошқа белгиси мижозларнинг турли сегментлари бўйича уларнинг риск даражасига боғлиқ равишда суғурта тарифларининг турли ставкаларининг жорий қилинишидир. Рискли маркетинг ўз олдида шундай вазиятга эришишни мақсад қилиб қўядики, унда мижоз томонидан тўланадиган суғурта мукофоти рўй бериши мумкин бўлган суғурта ҳодисасидаги риск даражасини максимал акс эттирсин. Маълумки, суғуртанинг моҳияти суғурта мукофоти rischi учун суғурталовчига маълум тўловларни узлуксиз ўтказувчи маълум жамоа аъзолари ўртасида келадиган зарарни макон ва замон бўйича тақсимлашдан иборат. Унга айирбошлаш мақсадида суғурталовчи ўз зиммасига суғурта ҳодисаси юз берганда келтирилган зарарни қоплаш мажбуриятини олади.

Бироқ, суғурталанувчилар учун риск бир хилда бўлмаслиги табиийдир. Кишилар ўртасида эҳтиёткор, жуда эҳтиёткор ёки эҳтиёткорсиз, рискка кўпроқ ёки камроқ мойил бўлган инсонлар мавжуд. Шунинг учун, бир хил тарифлар ва тенг тўловлар жорий этилганда эҳтиёткор суғурталанувчилар рискка мойиллиги учун тўлайдилар. Бундай амалиёт суғурталовчилардан яхши мижозларни узоқлаштиришга ҳамда юқори потенциалли зарар кўрувчи суғурталанувчиларни яқинлаштиришга имкон беради. Бундай ҳолат

"антиселекция" деб номланади. Рискли маркетинг ўз олдига мақсад қилиб, конкрет суғурталанувчининг ўзита хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда мукофотларга мослаштириш билан индивидуал риск даражасини максимал тарзда аниқ баҳолашни кўяди. Суғурталовчилар шу нарсани яхши тушунадиларки, тарифларни чуқур дифференциаллаш, янада арзон таклифларни излашга мойил бўлган мижозларнинг бир қисмини узоқлаштириши мумкин. Қолган мижозлар эса зарар эмас, балки албатта фойда келтиради.

Иқтисодиёти ривожланган давлатларда замонавий суғурта маркетингида асосий диққат-эътибор суғурта бозорини чуқурроқ сегментлашга, суғурта статистикасини йиғиш ва ишлов бериш тизимини автоматлаштиришга, потенциал мижозларга тегишли бўлган янада улкан маълумотлар базасини шакллантиришга қаратилади. Суғурталовчининг муҳим вазифаларидан бири энг камида мижозларни олдиндан саралаб олиш бўлиб ҳисобланса, потенциал суғурталанувчи ва суғурта ҳодисалари тўғрисида маълумотлар базасини қайта баҳолаш жуда қийин ҳисобланади. Гап шундаки, янги мижозларни излаб топишда барча аҳолига ёки конкрет шахсларга мурожаат қилиши мумкин. Табиийки, биринчи усул иккинчи усулга қараганда анча арзон бўлиб, кам самаралидир. Шунинг учун, суғурта маркетинги заминида компаниянинг суғурта портфели ва потенциал мижозлар бўйича универсал маълумотлар базаси ётади.

Замонавий суғурта маркетинги, айниқса, суғурта бозорида юқори рақобат мавжуд бўлган давлатларда фавқулодда катта инвестицияларни талаб этади. Бошқа томондан эса, сотиш механизмининг такомиллаштиришда, мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини оширишда бундай инвестициялар рақобатчилар томонидан нусха кўчириб бўлмайдиган ноёб суғурта дастурларини яратишга имкон беради.

Замонавий маркетингни ривожлантиришдаги муҳим йўналиш бўлиб, Европага АҚШдан кириб келган "бенчмаркетинг" ҳисобланади. Унинг моҳияти шундан иборатки, ўзининг ва саноатнинг бошқа тармоқларида амал

килувчи энг яхши маркетинг тажрибаларидан нусха кўчиришдир. Мисол учун, автомобил концерни шахсий дилерлик тармоқлари ишини яхшилаш учун савдо воситачилари ва йирик универмаглarning иш тажрибасини ўрганади, мижозлар учун хизмат кўрсатиш сифатини ошириш учун эса ўз хизматчиларини ресторан ва отеллар тармоғига малака ва кўникмаларни оширишга юборади. Маркетингнинг мазкур йўналиш мутахассисларининг тасдиқлашича, маркетинг янгиликларининг 90фоизии тармоқда кашф қилинмайди, балки, саноатнинг ва молиявий фаолиятнинг бошқа соҳаларидан ўтказилади. Шунинг учун, тажрибани мазкур соҳага ўтказишни енгиллаштириш учун турли соҳалар ўртасида ўзаро маркетинг алоқаларини ташкил этиш мумкин.

Сўнгги йилларда Бенчмаркетинг тажрибаси кўпгина суғурталовчилар томонидан қўлланилмоқда. Жумладан, булар томонидан таклиф қилинаётган суғурта маҳсулотларининг комплекслилигига тегишлидир. Бунда автомобилсозлик аналогиясидан фойдаланилади: ҳеч қайси автомобил салони мижозга кузовни алоҳида, ғилдиракларни алоҳида, рулни алоҳида бошқа магазинлардан харид қилишни таклиф этмайди. Ҳудди шундай, суғурталовчилар ҳам суғурталанувчиларга суғурта қопламасининг қандайдир алоҳида турини эмас, балки, суғурта ҳимоясига ва йўлдош (бирга кўрсатиладиган) хизматларга бўлган харидорнинг барча эҳтиёжларини қондирувчи комплекс суғурта маҳсулотини таклиф этишга интиладилар.

Ривожланган давлатларда суғурта маркетингининг ўзига хос хусусияти бўлиб, мижозлар учун суғурта операцияларининг кенг очиклигидир. Қатор давлатларда мижозлар учун суғурталовчиларнинг очиклиги-қонун билан мустаҳкамланган меъёрдир, бошқа ҳолатларда суғурта операцияларининг шаффофлиги аниқ ҳисоб-китобларни талаб этади. Гап шундаки, қатор ҳолатларда мижозларга суғурта маҳсулотларини сотиш суғурталовчиларнинг ёпиқлиги ва суғурталанувчиларнинг мазкур ҳимоя мазмунини етарли даражада тушунмаслиги сабабли қийинлашади.

Кишилар мўлжалланиши ва амал қилиши улар учун тушунарсиз бўлган маҳсулотни харид қилишдан сақланадилар. Шунинг учун суғурта тарифлари қандай шакллантирилиши, компания томонидан олинган маблағлар қандай тақсимланиши, юзага келиши мумкин бўлган зарарларни тартибга солиниши тўғрисида мижозларга тушунтириш, сотишни фаоллаштиришга имкон беради.

Шу маънода суғурта хизматлари сифатини ошириш дастури амал қилади. Асосий устуворлиги суғурталанувчиларга юқори даражада хизмат кўрсатиш ҳисобланган суғурта компаниялари, якуний натижада рақобат курашида ғолиб бўладилар. Суғурта хизматларининг паст сифати потенциал суғурталанувчиларни компаниядан узоқлаштиради. Агар мижоз ўз дўстларидан ёки таниш-билишларидан, оммавий ахборот воситалари орқали шартномани тузиш босқичида мазкур компания суғурта хизматлари сифатини етарли даражада таъминламаганлигини билиб олса, унда ҳеч қандай реклама уни мазкур суғурталовчи билан шартномани имзолашга мажбур қила олмайди. Аксинча, юқори сифатли хизматлар компанияга кўшимча суғурталанувчиларни жалб қилади. Шунинг учун суғурта бозорларидаги рақобат шароитида компания мижозларга сифатли суғурта хизматларини тақдим этишга диққат-эътиборни қаратадилар.

Замонавий суғурта маркетинги ўзининг ривожланишида бошлангич босқичидан анча узоқлашмоқда. Ҳозирги вақтда бу бизнеснинг яхлит фалсафаси ҳисобланиб, ўзининг очиқлиги, ўзгаришларга интилиш, суғурта фаолиятини оптималлаштириш истаги ҳамда унинг фойдалилигини ошириш билан ажралиб туради.

1.2. Суғурта ташкилоти ва мижоз муносабатларни ташкил этишнинг психологик ва иқтисодий асослари

Суғурта жараёни қатор ҳатти-ҳаракатларни ўз ичига олади, мижозлар билан ишлашда фақатгина иқтисодий, сиёсий, ва табиийки суғуртавий билим

ва тажриба камлик қилади, мижозлар қанчалик кўп бўлса уларнинг талаб ва эҳтиёжлари ҳам турличадир. Шуларни инобатга олган ҳолда суғурта ташкилотлари профессионал иштирокчилари психологик ёндашувлар ҳам муҳим саналади. Суғурта ташкилотига мурожаат этувчи мижозлар суғурта маҳсулотини сотиб олишлари билан бир қаторда эртанги кун учун кичик бўлсада хотиржамлик хиссини сотиб оладилар. Бу эса юридик ва жисмоний шахсларга катта психологик далда ва қўллаб қувватловчи куч эканлигини хис қилиб туришларига олиб келади. Суғурта ташкилотларига муожат этувчи мижозлар ўз эҳтиёжларини максимал қондириш имконига эга бўлишлари ва натижада кўпроқ қониқиш олишлари мижозларнинг узоқ йиллар давомида фақат бир суғурта ташкилоти билан ҳамкорлик қилишга ундайди. Буларнинг барини биз психологик асослаб ўтишимиз мумкин. Рақобатбардош суғурта ташкилотларининг суғурта бозорида ўз мавқеини сақлаши кўп мижозга эга бўлиши билан бир қаторда мижозларни яхши ўрганиши мижозларни сегментлаш ва эҳтиёжларини ўрганган ҳолда айнан мижозлар учун маҳсулот ишлаб чиқариши ва суғурта бозорида маҳсулотни силжитиши, қолаверса, суғурта ташкилоти учун яхши фойда келтирувчи йирик мижозларни узоқ йиллар давомида ушлаб туриши мураккабдир.

Ишлаб чиқарувчи товар, хом ашё ёки хизмат кўрсатиш маҳсулот турларини ишлаб чиқаришида у албатта ҳар бир маҳсулоти ўз харидорига эга бўлишини истайди суғурта ташкилотлари ҳам бундан мустасно эмас. Суғурталанувчига шартнома тузилганлигини тасдиқловчи далил-ҳужжат сифатида «полис»²¹ берилади ҳолос. Суғурта шартномасида суғурталанувчига суғурта воқеасига кўра, кўриши эҳтимол бўлган зарарининг эквивалент қийматидаги пул тўлови (айрим ҳолларда мол-мулк кўринишида) таъминланиши назарда тутилади. Шартноманинг бажарилиши унда қайд этилган маълум давр оралиғида амалга оширилади. Шунинг учун ҳам суғурта ташкилоти (суғурталовчи) мижоз (суғурталанувчи)га ўзи томонидан бирон бир маҳсулотни тақдим этишда мижозда ўзига нисбатан

²¹ Қаранг: Ефимов С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. М.: Церих -ПЭЛ, 1996. I-X, с. 347.

ишонч уйғотиши ва тақдим этилаётган маҳсулот айнан у орзу қилган ва унга керак бўлган маҳсулот эканлигига психологик жихатдан ишонтира олиши муваффақиятли ҳисобланади.

Суғурталовчининг мижоз билан муносабатга киришишда нима учун мижоз билан ишончли мулоқотга кириш кераклиги ҳаммага маълум. Компаниянинг олдига қўйилган масалаларни ечиш учун сотув тизимида мижозга таалукли янги фалсафани ишлаб чиқиш зарурдир. Бу фикрлаш «сотувчиларнинг ҳаракатини назорат қилиш ва башорат қилиш» тамойили билан аниқланади. Интуитив равишда мижозлар билан ишлаш, «велосипедни ихтиро қилиш» давлари ўтмишда қолиши лозим. Ҳозирда, бозор иқтисодиёти шароитида сотиш технологиясини биладиган мутахассисларгина пул топа оладилар ва ғолиб чиқадилар.

Шартнома тузиш имкониятларини табиий равишда кўпайтириш учун:

1. Сотининг турли хил усуллари ва йўллари эгаллаш;
2. Улардан аниқ бир кетма-кетликда фойдаланиш керак.

Сотиш технологияси нима? Сотини технологияси бу сотининг шундай усул ва йўллари билан кетма-кетлиги, улар асосида шартнома қафолатли, муваффақиятли амалга оширилади. «Суғурта маҳсулотини сотилиши» жараёнининг технологик калит қисми бўлиб, суғурта маҳсулотининг сотиш даври (СД) ҳисобланади.

Сотиш даври - бу шартнома бажарилаётганда сотилаётган хизматларнинг асосий босқичлари ва уларнинг узвий кетма-кетлигидир.

Потенциал мижозлар билан бўладиган кўпчилик учрашувлар ягона технология бўйича амалга ошади. Сотувчининг маҳоратига кўра бир-бирлари билан учрашувлар ўтказиш тактикаси, мижозлар билан у ёки бу мавзуда суҳбат қура олиш қобилияти билан ажралиб туришлари мумкин.

Сотиш даври қуйидаги босқичлардан ташкил топади:

- мижозни излаш;
- учрашув жойи ва вақтини белгилаш;
- сотувга тайёрлаш;

- сотувни амалга ошириш;
- мижозларга хизмат кўрсатиш.²²

Одатда сотувчилар мижозлар билан ишлаётганда иш нима сабабдан издан чиқаётганлигини тўғри айтиб беролмай қоладилар, чунки улар ҳар бир босқичда қилинадиган ишлар кетма-кетлигини пухта тузиб чиқмаганлари сабаблардан биридир. Суғурта жараёнини ташкил этиш маркетинг ҳатти-ҳаракатларини ўз ичига олади уларни умумлаштириб иккита асосий функцияга келтириш мумкин.

Биринчи функция- бу суғурта хизматларига бўлган талабни шакллантириш ва мижозларнинг суғурта манфаатларини қондириш. Мазкур функция потенциал суғурталанувчиларга таъсир кўрсатишнинг ҳамда суғурта шартномаларини тузиш, суғурта хизматларига тарифларни дифференциаллаш бўйича ташкилий тадбирларнинг кенг комплексини, мақсадга йўналтирилган реклама ёрдамида психологик таъсир кўрсатиш ва ишонтиришнинг қатор усул ҳамда воситаларидан фойдаланишда ўз аксини топади.

Иккинчи функцияси - суғурта манфаатларини қондиришдан иборатдир. Мазкур функция юқори маданиятли суғурта хизматларини кўрсатиш орқали амалга оширилади.

Суғурта ташкилоти маркетинги куйидаги асосий элементларни ўз ичига олади:

- потенциал суғурталанувчиларни ўрганиш;
- суғурта шартномасини тузишда потенциал мижозларнинг мотивларини ўрганиш;
- суғурта ташкилоти бозорини таҳлил қилиш;
- маҳсулот (суғурта хизматларининг тури)ни тадқиқ қилиш;
- суғурта ташкилоти суғурта хизматларини потенциал мижозларга силжитишнинг шакл ва йўллари таҳлил қилиш;

²² Суғурта маҳсулотларини сотиш технологияси бўйича “Ўзбекинвест” ЭИМСКнинг услубий тавсиялари 2004-й

- рақобатчиларни ўрганиш, рақобатнинг шакл ва даражаларини аниқлаш;
- реклама фаолиятини тадқиқ қилиш;
- суғурта хизматларини суғурта ташкилотидан потенциал мижозга томон силжитишнинг янада самарали усуллари аниқлаш.

Мижозларни ўрганиш. Мазкур таҳлил доирасида истеъмол устуворлиги таркиби, яъни кишиларнинг таъби, одатлари ҳамда у ёки бу турдаги суғурта хизматларига уларнинг қарашлари аниқланади.

Суғурта ташкилотининг раҳбарияти ўз мижозларини афзаллик томонлари тўғрисида маълумотга эга бўлишлари керак. Хар бир ташкилотда мижозлари ҳақида маълумотлар баъзалари (туғилган кун ва шунга ўхшаш мижознинг шахсий байрам саналари кабилар) бўлиши мақсадга мувофиқ бўлиб, чунки Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ўрнатишда кичик маълумотлар ҳам катта фойда келтириши мумкин.

Суғурта шартномасини тузишда потенциал мижозларнинг мотивларини ўрганиш. Жавоб топилиши керак бўлган асосий савол бу- нима учун мижоз айнан суғуртанинг мазкур турини харид қилишни афзал кўрмокда? Мижозларнинг ҳатти-ҳаракатлари мотивини таҳлил қилиш доирасида уларнинг нафақатгина таъби ва одатлари, балки удумлари ва ҳатти-ҳаракатларга мойиллиги (фикрлаш стереотипи) ҳам ўрганилади, бу эса келажакда маълум ижтимоий гуруҳларнинг ҳатти-ҳаракатларидаги ўзига хос хусусиятларни башоратлашга ҳамда мос равишдаги суғурта сиёсатини олиб боришга имкон беради.

Тажрибаларнинг кўрсатишича, ҳозирги вақтда конкрет суғурта маҳсулотига мижозларнинг онгли реакцияси, уларнинг ҳатти-ҳаракатлар мотивини ўрганишда воситалар сифатида суғурта маркетингида махсус психологик тестлар тизимидан, анкеталардан, сўров варақаларидан фойдаланилмокда. Мазкур воситалар мижозларнинг турли ижтимоий гуруҳларига мотивлаш тўғрисида хулоса чиқаришга ҳамда шу асосда "суғурталанувчи-суғурталовчи" типи бўйича тескари алоқани қўллаб-қувватлашга имкон беради.

Суғурта ташкилотининг бозор таҳлили. Одатда, бундай таҳлил у ёки бу суғурта хизматларига бозорнинг потенциал ҳажмини аниқлаш учун битта ёки бир нечта бир хилли суғурта тури бўйича ўтказилади. Бозор таҳлили доирасида алоҳида минтақалар бўйича тақсимотлар берилади. Бозор таҳлилини ўтказиш натижасида суғурта компаниясининг раҳбарияти у ёки бу турдаги суғурта турини қаерда (қайси минтақа, ҳудудда) ўтказиш янада фойда келтиришини аниқлаш зарур. Таҳлил натижалари аҳолининг тўловга қобилияти талаби даражаси билан узвий боғланади. Суғурта ташкилотларини мазкур масалаларга бефарқлиги, эркин иқтисодий муҳит шароитида инкирозга олиб келиши табиийдир.

Суғурта маҳсулотини тадқиқ қилиш. Мазкур тадқиқот, бир томондан суғурта компанияси раҳбариятини акс эттирса, яъни мижоз суғурта шартномаси шартларида айнан нимани исташи, бошқа томондан эса-потенциал мижозларга янги суғурта хизматларини қандай тақдим этиш керак, рекламани кимга йўналтириш керак, суғурта шартномаси шартлари, унинг мазмунини тушунтириш сингари жараёнларни ўз ичига олади. Амалиётни тасдиқлашчи, қуйидаги қоидаларга риоя қилишни талаб этади: барча ҳолатларда суғурта шартномаси потенциал мижоз уни янада кутадиган, аниқроғи шартнома тузиладиган жойга йўналтириш зарур.

Суғурта ташкилотларининг кенг тарқалган хатоси, мижозларни янги турдаги суғурта хизматлари билан баҳраманд этишга ишончининг уйғатолмаганлиги ҳисобланади. Кўпгина ҳолатларда ҳам мазкур ишонч ўзини оқламайди. Суғурталовчи потенциал суғурталанувчига янги турдаги ишлаб чиқилган суғуртанинг афзалликларини (бир неча бор ва хар йили) исботлаб бериши керак. Мазкур ҳолатда диққат-эътибор ижобий жалб қилинса, рекламани ташкил этишга суғурта ташкилоти мос равишдаги ўзгаришларни киритиши, мижозларга таклиф қилинаётган янги турдаги суғурта хизматларининг афзалликлари тўғрисида ахборот бериши ҳамда ўтказилаётган тадбирдан йирик молиявий муваффақиятга эришиш имконияти пайдо бўлади.

Суғурта ташкилотидан потенциал истеъмолчи томон суғурта хизматларини силжитиш шакллари ва каналлари таҳлили ўз ичига мижозлар билан ўзаро муносабатларда юзага келувчи хусусиятлар, суғурталовчи воситачилари фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари ва функцияларини ўрганишни олади.

Рақобатчиларни ўрганиш, рақобатнинг шакли ва даражасини аниқлаш. Бу ерда энг аввало, мазкур суғурта компаниясининг бозордаги асосий рақибларини белгилаш, уларнинг кучли ва кучсиз томонларини аниқлаш зарур. Рақобатчи суғурталовчилар фаолиятининг турли жиҳатлари тўғрисидаги маълумотлар йиғилади ва тизимлаштирилади: уларнинг молиявий ҳолати, конкрет бозордаги суғурта тарифлари, суғурта ишини бошқаришнинг ўзига хос хусусиятлари ва ҳ.к. Қоидага кўра, тадқиқот натижалари махсус ахборот тўпламига киритилади.

Юқорида қайд қилинган элементларини ҳисобга олиб, суғурта ташкилотларининг умумий стратегияси ишлаб чиқилади.

Суғурта ташкилотлари суғурта брокерлари ва агентлари билан ҳамкорликда суғурта хизматларининг рақобатбардошлигини оширишнинг ва суғурта бозорида улушни оширишнинг қатор усулларида амалиётда фойдаланадилар.

Суғурта бозорини сегментлашнинг энг кенг тарқалган турларидан бири, яъни маълум умумий белгиларга эга бўлган мижозлар, суғурта хизматлари ва суғурта ташкилотларининг гуруҳларга ажратилишидир. Масалан, мижозлар сегментлашни географик ва демографик белгиларга кўра, даромад даражасига кўра амалга оширилиши мумкин. Одатда, суғурта бозорини географик сегментлаш минтақавий белгилар бўйича (республика, вилоят, шаҳар, туман ва бошқалар) тузилади. Демографик сегментлашда суғурталанувчиларнинг оддий классификацияланадиган ёши, жинси каби параметрлар ва уларни сон жиҳатдан баҳолаш ҳисобга олинади. Демографик белгилар бўйича таҳлил қилишда асосий ўзгарувчилар сифатида уларнинг ёши, жинси, оила аъзоларининг сони, даромад даражаси майдонга чиқади.

Бозор сегментининг мазкур параметрлари маълум тарзда бирлаштирилиши мумкин.

Суғурта фаолияти амалиётида одатда, суғурта хизматларини суғурта ташкилотларидан потенциал миждозлар томонидан харид қилишда учта метод қўлланилади: экстенсив, махсус (ягона) ва танланма методлари²³.

Суғурта хизматларини сотишни кенгайтиришда экстенсив методининг моҳияти шундан иборатки, суғуртанинг мазкур тури бўйича битта ёки бир нечта шартномаларни расмийлаштиришга қодир бўлган суғурта ташкилотларининг исталган воситачиларидан фойдаланишни кўзда тутди.

Суғурта хизматларини сотишни кенгайтиришнинг ягона (махсус) методи мазкур географик ҳудуддаги суғурта ташкилотларининг топшириғига кўра, унинг номидан битта бош суғурта шартномаси билан суғурта ташкилотларининг ўзаро (ҳамкорлик) алоқаларидан иборатдир.

Суғурта хизматларини сотишни кенгайтиришнинг танланма методи мазкур географик минтақадаги суғурта ташкилотларининг топшириғига кўра, унинг номидан икки ва ундан ортиқ бош суғурта агентлари билан суғурта ташкилотларининг ўзаро ҳамкорлигидан иборатдир.

Агар бозорда принципиал жиҳатдан суғуртанинг янги тури пайдо бўлса суғурта ташкилотлари иккита ўзаро боғлиқ бўлган жараёнлар билан ишлашга тўғри келади:

- янгилик диффузияси, яъни суғуртанинг мазкур янги туридан фойдаланиш имкониятлари тўғрисидаги маълумотларни ҳамда мазкур суғурта полисини олган ва шартнома тузишга қарор қилган миждозлар учун афзалликлари ва фойдаси тўғрисидаги маълумотларни тарғиб этиш;
- суғурта ташкилотининг миждозлари томонидан суғуртанинг янги турини қабул қилиниши. Бу суғурта ташкилотларининг мазкур янгилиги унинг учун мос келиши тўғрисида потенциал миждоз томонидан қарорлар қабул қилишнинг ўзига хос жараёнидир.

²³Эркаев А. “Ўзбекистонда суғурта бозорини ривожлантириш” 2013.й Самарқанд шаҳри.

- Потенциал мижоз мазкур қарорни мавжуд маълумотларни ўрганиш ва шахсий тажрибасига таяниб қабул қилади.

Янгиликлар диффузияси, яъни потенциал мижозлар ўртасида янги суғурта тури тўғрисидаги маълумотларни кенг ёйишни ташкил этиш барча ҳолатларда суғурталовчи томонидан таъминланади.

Бироқ, мазкур жараённинг назорати унинг ташкилотчиларида қисман мавжуд бўлади. Гап шундаки, ахборот айирбошлашнинг каттагина қисми потенциал суғурталанувчилар ўртасида, суғурталанувчилар ва суғурта агентлари ўртасида, суғурта агентлари ва суғурталовчи-рақобатчилар ўртасида алоҳида амалга оширилади.

Чет эл амалиёти шундан далолат берадики, потенциал суғурталанувчи янги суғурта турини баҳолашда ҳеч кимга боғлиқ бўлмаган маълумот манбаларига таянишга доимо мойилдир.

Янгиликлар диффузияси жараёнида ҳеч кимга боғлиқ бўлмаган маълумотларга диққат-этиборни янада тезроқ жалб қилиш ҳамда таклиф қилинаётган суғурта хизматларини объектив баҳолаш ўта муҳимдир. Агар ижобий натижаларга эришилса, демак, потенциал суғурталанувчи томонидан янгиликни қабул қилиш бошланади ҳамда кишиларнинг янги сўровларининг туғилиши тўғрисида гапириш мумкин.

Агар салбий натижаларга эришилса, унда янги суғурта хизматларига потенциал суғурталанувчиларга мақул келадиган даражада ишлов бериш талаб этилади. Доимо янги суғурта хизматлари даражаси билан суғурта хизматларининг қолган барча ассортиментлари ўртасидаги балансни сақлаш зарур.

Янги суғурта хизматларини жорий этишда ахборот таъминотини самарали ташкил этиш билан бир қаторда, потенциал суғурталанувчилар томонидан қўллаб-қувватлаш ва қабул қилиш жараёнини ҳам яна бир таҳлил қилиш зарур. Янги, суғурта турига нисбатан суғурталанувчиларнинг ҳатти-ҳаракатлар характерини тўғри баҳолаш муҳимдир. Янгиликлар диффузиясининг зарурий шарти бўлиб - янги суғурта хизмати тўғрисидаги

маълумотларни кенг тарқатиш ҳисобланади, потенциал суғурталанувчилар томонидан янги суғурта хизматлари қўллаб-қувватланса у етарли ҳисобланади.

Янги суғурта хизмат турини потенциал суғурталанувчилар томонидан қабул қилишнинг 8та босқичини ажратиб кўрсатиши мумкин:

- янги суғурта хизматлари тўғрисидаги маълумотлар акс эттирилган нашрли рекламани тарқатиш;
- оммавий ахборот воситаларида янги суғурта хизматлари тўғрисида ахборотларни намоиш қилиш;
- унинг фикрини қадрлайдиган обрўли экспертлар ёки шахсларни жалб этиш;
- бозор ҳолати тўғрисида суғурталанувчини хабардор қилиш;
- янги суғурта хизматлари турига потенциал суғурталанувчини қизиқтириш;
- янги суғурта хизматларининг ижобий хусусиятларини баҳолаш;
- янги суғурта хизматларининг нисбатан афзалликлари ва камчиликлари тўғрисида хулосалар чиқариш;
- янги суғурта хизматларини қўллаб-қувватлаш ёки қабул қилмаслик.

Рақобат - ривожланган суғурта бозорининг ажралмас таркибий қисми бўлиб ҳисобланади. Реал бозор иқтисодиёти рақобатсиз мазмун касб этмайди. Шу сабабли рақобатни, унинг даражаси ва интенсивлигини, янада кучли рақобатчиларнинг бозор имкониятларини, танланган суғурта бозорида рақобат истиқболларини ўрганиш зарурияти пайдо бўлади. Рақобатчиларнинг мавжудлиги ҳар бир суғурталовчидан ўз мижозлари сўровига диққат-эътиборли бўлишни талаб этади.

Суғурта бозоридаги рақобат таҳдилининг биринчи босқичи, рақобат интенсивлигини асословчи асосий омиллар таҳлили заминиде рақобат жараёнларига тортилганлик даражасини баҳолаш. Бундай омилларга қуйидагилар киради:

- рақобатлашувчи суғурта компанияларининг сони ва қиёсий ҳажми;
- суғурта хизматларига талаб ҳажмининг ўзгариши ва унинг таркибий ва нарх динамикаси;
- суғурта бозорига киришдаги тўсиқлар (суғурта фаолиятини лицензиялашнинг ўзига хос хусусиятлари);
- аралаш кредит бозоридаги вазият;
- суғурталовчи-рақобатчилар стратегиясидаги фарқлар;
- мазкур суғурта бозорида рақобатчилар учун ўзига хос мотивлар.

Рақобатлашувчи суғурта компанияларининг сони ва уларнинг қиёсий ҳажми аҳамиятли даражада рақобат даражасини белгилайди. Бошқа тенг шароитларда суғурта бозорида кўпгина суғурта компаниялари тахминан тенг кучларда курашса, рақобат интенсивлиги шунча катта бўлади. Мазкур ахборотларни тўплаш учун махсус манбаларни тузишдан фойдаланилади. Олинган натижалар асосида рақобат даражасига тегишли хулосалар қилинади.

Рақобат даражаси таҳлилининг иккинчи босқичида асосий рақобатчи суғурта компаниялари ажратиб кўрсатилади ҳамда суғурта хизматларини сотишда уларнинг ўрни кўриб чиқилади. Рақобатчиларнинг мазкур категорияси бўйича маълумотлар маълум шакл бўйича ягона жадвал ҳолатига келтирилади.

Суғурталовчиларнинг нархли ва нархсиз рақобатларга бўлиш қабул қилинган. Нархли рақобат асосида таклиф қилинаётган мазкур суғурта тури бўйича шартнома тузишдаги тариф ставкаси ётади. Тариф ставкаларини пасайтириш шунга замин яратадики, унинг ёрдамида суғурталовчи ўзининг суғурта хизматларини умумий рўйхатдан ажратиб олади ҳамда унга потенциал суғурталанувчининг диққат-эътиборини жалб қилади. Нархли рақобат асосан суғурталовчи-аутсайдерлар томонидан йирик (гигант) суғурта бизнеси билан курашда, нархсиз рақобат соҳасида аутсайдерларнинг куч ва имкониятлари мавжуд бўлмаган ҳолда мусобақаланиш учун қўлланилади.

Нархсиз рақобат суғурталовчиларнинг ўз мижозларига қўшимча сервис хизматлари кўрсатишни биринчи ўринга қўяди (суғурта компаниясининг акцияларини имтиёзли харид қилиш ҳуқуқи, кўчмас мулкни харид қилишга қўмаклашиш, юридик характердаги бепул маслаҳатлар бериш ва ҳ.к.). Нархсиз рақобатнинг кучли қуроли бўлиб, доимо реклама ҳисобланган, унинг роли бугунги кунда бир неча баробар ортди.

Реклама ёрдамида суғурта компаниялари суғурталанувчилар кўз ўнгида ўз фирмасининг нуфузини ошишига интиладилар. Нархсиз рақобатнинг ноқонуний методларига ноу-хау бўйича ишончли суғурта ишини ташкил этишда касбий шахсий маълумотларга эга бўлган мутахассисларни йўлдан уриш, суғурта гувоҳномаларини сохталаштириш киради. Исталган суғурта хизматлари ижтимоий эҳтиёжларни қондириш даражаси бўйича текширувдан ўтади ҳамда жамоавий, гуруҳли ва индивидуал суғурта манфаатларида ўз аксини топади.

Мазкур текширув ҳар бир суғурталанувчи ўзининг суғуртавий манфаатларини янада тўлароқ қондирувчи, айнан ўша суғурта полисини харид қиладиган суғурта бозорида амалга оширилади. Шу сабабли суғурталовчи рақобатбардошлиги мавжуд суғурта манфаатларини ҳисобга олган ҳолда мазкур бозордаги суғурта маҳсулотларини сотиш имкониятидан иборатдир.

1.3. Суғурталовчи ва мижоз муносабатларининг илғор хорижий тажрибалари

Ғарб суғурта бозорини ўзига хос хусусияти шундан иборатки, ўрта класс (бўғин) унинг асосий истеъмолчилари олдиндан шакллантирилган бўлиб, суғурталашга маблағ ажратадиган даражада етарли юқори даромадга эга. Аҳоли суғурталашга юқори ишонч билан қарайди ҳамда уни ҳаётларининг ажралмас қисми деб ҳисоблайдилар, шунинг учун суғурталовчиларнинг асосий вазифаси потенциал мижозларни суғурта ҳимоясини харид қилиш заруриятига ишонтириш эмас, балки уларни суғурта

ходисаси рўй берганда суғурта ташкилотлари томонидан қоплаш энг ишончли ва фойдалилигига ишонтириш зарур деган ғояни илгари сурадилар²⁴.

Суғурта ташкилотлари суғурта маҳсулотларини сотишни амалга оширишда тизимли ёндашувдан фойдаланадилар (яъни ҳар бир босқичда суғурта маҳсулотини ишлаб чиқишдан то суғуртали вазиятни кўриб чиқишгача диққат-эътиборли бўлишлари зарур), ўз агентлари фаолияти устидан жиддий назоратни йўлга қўйиши ҳамда уларнинг малакавий тайёргарлик даражасига жиддий талабларни қўйиши керак.

Кўпгина ривожланган давлатларда суғурта агентлари ва брокерлари ўз ишини юритиш бўйича малакали кўникмаларга эга бўлсада, мажбурий давлат аттестациясидан ўтадилар. Бундан ташқари, ахборотларга ишлов бериш ва уларни сақлаш бўйича қудратли автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ҳам одат тусига кирган, бу эса бизнес юритишнинг тезкорлиги ва аниқлигига ўз таъсирини ўтказиши табиийдир.

Истеъмолчилар интернет ва унинг имкониятларини янада чуқурроқ билмоқдалар, улар энди маҳаллий суғурта агентликлари таклиф этаётган ставкалардан қоникмайдилар. Интернетда оддийгина қисқа онлайн саволномасини тўлдириш истеъмолчиларга кўп миқдордаги агентликларнинг ставкаларини таққослаш имконини беради.

Қуйида суғурталовчилар стратегиясини ривожлантириш учун баъзи асосий омиллар келтирилган

- танланган бозор сегментини қамраб олиш бўйича асосий ҳатти-ҳаракатлар мувофиқлаштирилган фаолият кўрсатадиган сегментларни тушуниши ва уларни эгаллаш;

- мақсадли сегментларни эгаллаш учун агентларни танлаб олиш, ўқитиш ва уларни мотивлаш;

- страгияни амалга ошириш учун марказий нукта сифатида андеррейтинг жараёнини яхшилаш;

²⁴ Давлат суғурта назорат инспекцияси, UzReport.com ва суғурта компаниялари маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоблари

-рисklar селективлигини яхшилаш учун андеррейтинг жараёнидаги зарарлар бўйича маълумотларни яхшироқ бирлаштириш.

Мазкур компания бу вазифаларни ечиш учун кўрсаткичларни баланслаштирилган тизими сингари инструментдан фойдаланди. Ундан фойдаланиш асоси бўлиб суғурталовчи фаолиятини ўзига хос хусусияти деб номланади, яъни ҳар кунлик қарорлар уларнинг натижалари ўртасида аҳамиятли даражада вақт оралиғи мавжуд. Масалан, андеррайтинг марказий элементининг самарадорлиги-келтирилган зарарлар тартибга солинмагунча, рискни баҳолаш ва унинг таннаرخини аниқлаш мумкин эмас.

Бугунги кунда АҚШ да суғурта компаниялари сони ва улар тақдим этаётган хизматлар жуда улкандир. Йирик фирмаларга капитали миллиард доллардан ошган фирмалар киради. Қуйида янада йирик компанияларнинг рўйхати киритилган: Prudential INS. CO. Of AMERIKA, Eduitade life Assurense, Sos. Us. Teacners Inc, NewYork life ins Co, Lonn Hancoc Mutrai life ins. Co, Nortnwestern Muturai life ins.Co.

Америка бозорида тараққиётни ривожлантириш билан боғлиқ сифат ўзгаришларини юз бериши табиий ҳолатдир. Суғурта полислари илгари фақатгина кептивли-агентлар (яъни битта суғурта компаниясини акс эттирувчи) ёки мустақил (бир неча компаниялар) агентлар томонидан сотилган бўлса, ўтган асрнинг 90-йилларидан бошлаб, сотишнинг бошқа коммуникация каналларидан ҳам фаол фойдалана бошладилар.

Американинг суғурта ахборот (маълумот)лари Институтининг тасдиқлашича, АҚШ суғурта бозорида лидер (йўлбошчи) бўлиб-жисмоний шахсларнинг автомобилларини суғурталаш ҳисобланади, у суғурта мукофотларнинг ҳажми бўйича уй эгаларининг суғуртасидан 4 марта ортиқдир. Умуман олганда АҚШ да суғурта маҳсулотларининг кенг кўлами ҳамда ўзининг мослашувчанлиги билан фарқ қилади. Масалан, жавобгарликни "ҳаёт ва мулк"ка бўлиб ёки бўлмасдан суғурта қилдириш мумкин.

Россия суғурта бозорида суғурта ташкилотлари ва мижоз ўртасидаги муносабатларни бир нечта суғурта компанияларини қисқача таҳлил қиламиз.

"КАРАВЕЛЛА" суғурта компаниясида бизнес стратегияси мижозларга юқори стандарт талабларига жавоб берувчи хизмат кўрсатишни таъминлашга асосланган. Мижознинг эҳтиёжлари асосида ташкил этилган стандартлар даражасида, мижозга йўналтирилганликнинг асосий шартидир.

Стратегиялар компания мижозлари ва шерикларининг қуйидаги эҳтиёжларини комплекс таъминлашга қаратилган суғурта, инвестицион ва консалтинг хизматларини тақдим этишга бўлинган:

- суғурталанувчининг жавобгарлиги ва мулкый манфаатларини суғуртавий ҳимоялашнинг комплекс дастури;

- ўз ичига инвестиционал даромад молия бўйича консалтингни оловчи суғуртанинг ҳар бир тури бўйича индивидуал хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқиш;

- "инвестицион суғурта менежери" хизматлар пакетини таклиф этиш;

- бош суғурта шартномаси доирасига қўшимча сервис хизматларини тақдим этиш каби хизматлар кўрсатади.

Суғурта ташкилотига ўз мижозлар сонини кенгайтириш йўлида қуйидаги истеъмол сўровларига катта эътибор беради:

- Суғурта ҳимоясининг ишончилиги.
- Суғурталовчида суғурта жамғармаларини шакллантириш ва суғурта тўловларини таъминловчи активларнинг мавжудлиги.
- Суғурта шартномасини тузишида рақобат қила оладиган тариф сиёсати.
- Суғуртанинг танланган тури бўйича рискларнинг тўлиқ рўйхатини ўз ичига оловчи функционал суғурта пакетларининг мавжудлиги.
- Суғурталовчида бозорда таниқли бўлган бренднинг мавжудлиги.
- Суғурталашни амалга ошириш билан боғлиқ бўлган харажатларни оптималлаштириш дастури.

- Хизмат кўрсатишнинг юқори даражаси ва тезлиги "VIP-ПАРТНЕР" дастури.

Суғурта ташкилоти мижозлар билан ишлашда стратегик режани ишлаб чиқишда компания баланслаштирилган стратегик кўрсаткичлар методидан фойдаланади булар қуйидагилар:

Компания "Молия ва Иқтисодиёт" соҳасида стратегик мақсадлар гуруҳида бошқалардан фарқли равишда ўз ичига шахсий маблағларни ўсиб бориши, бозорнинг ўртача даражасига нисбатан тўлов қобилиятини ва молиявий ишонч даражасини ошириши, кросс-маркетинг даражасини ошириши ва бошқаларга мурожаат этади.

“Бизнес жараёнларни” мақсадлар блокада-андеррайтинг сифатини ошириш, мижозларга хизмат кўрсатиш бўйича жараёнларни автоматлаштириш, мижозлар билан ўзаро муносабатларни бошқариш корпоратив тизимини янада юқори даражага ўтказиш суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг ажралмас таркибига кириб кетади.

"Инфраструктура ва ходимлар" стратегик мақсадлар гуруҳида меҳнат умумдорлигини ошириш, мотивлаш тизимини ва меҳнатни рағбатлантиришни қўйилган стратегик вазифаларга мослигига эришиш ва бошқалар. сингари мақсадларни ўз ичига олади.

Суғурта ташкилоти мижозларга хизмат кўрсатишда стратегик мақсадларни танлайди ҳамда компаниянинг қатор стратегик позицияларини тузиб чиқади жумладан қуйидагиларга:

- бизнинг мижозларимиз уларга керакли барча хизматларни олишлари керак;
- компания мижозларга максимал даражада тўлиқ кенг қамровли суғурта хизматларини кўрсатишга интилади;
- компания вазифаси мижозларга истеъмолчилар талаб билан фойдаланадиган барча суғурта маҳсулотларини таклиф этиш;
- мижозларимизга ўзига хос, дифференциаллашган хизматларни тақдим этамиз;

- компания, мижозларга рақобатчиларнинг хизмат ва маҳсулотларидан фарқ қилувчи ҳамда уларга нисбатан фойдали бўлган суғурта хизматларини тақдим этишга интилади.

-Ишончли, баланслаштирилган суғурта портфели-барқарор ривожланишнинг гаровидир.

-Компания ишончилилик ва баланслаштирилганлик талабларига жавоб берувчи суғурта портфели структурасини шакллантиришда давом этишни режалаштирган.

"РУССКАЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ" ОАЖ ривожлантириш вазибаларига минтақавий ўзига хосликни ҳисобга олиб, бозордаги вазиятга мос равишда компания суғурта портфелини ва маҳсулот турини янгилаш киради.

Мижозга йўналтирилганлик стратегияси доирасида компания мижозлар билан ўзаро алоқаларнинг замонавий коммуникатив ва АТ-технологиясидан фойдаланишни режалаштирган. Мазкур стратегияга мос равишда "РУССКАЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ" ОАЖ сиёсати энг аввало, мижозлар учун сервисни ривожлантиришга, бизнес жараёнларни оптималлаштиришга, жумладан, тўловларни самарали тизимини шакллантиришга, ҳамда рискларни моҳирона бошқаришга қаратилган.

«ПРОСТО-СТРАХОВАНИЕ" АЖ. Компания агентлик компанияси бўлиб, баланслаштирилган суғурта портфели устида ишлашни режалаштирган.

Компания стратегияси агентлик тармоғини янада ривожлантириш, суғурта хизматлари рўйхатини кенгайтириш ва мижозларга тақдим этиладиган хизматлар сифатини ошириш.

Компания асосий диққат-эътиборни жисмоний шахсларни суғурталашнинг барча турларини ривожлантириш, автоташувчилар жавобгарлигини суғурталаш, транспорт воситалари эгаларининг жавобгарлигини суғурталаш, юкларни суғурталаш, туристик суғурталашни

ривожлантиришга қаратишни режалаштирган, бу эса миждозларга кенг камровли хизматларни тақдим этишни беради.

"РОСГОССТРАХ" суғурта ташкилоти автосуғурта бозорининг етакчиси ҳисобланади. Суғурта бозорида тузилган шартномалар бўйича компания улуши 33 фоизни ташкил этади. Компания стратегиясининг асоси - миждозга йўналтирилганликдир, масалан, автосуғурталаш бўйича 20 ёшгача бўлган ҳайдовчилар учун махсус дастурларни ишлаб чиқиш.

Бу ерда иккита сабаб мавжуд. Биринчиси - "РОСГОССТРАХ" бозор бўйича улкан маълумотлар асосида, суғурта ҳолатлари частотаси таҳлилига, уларнинг характери ва оқибатларига кўра тарифларни белгилайди.

Иккинчи сабаб биринчи сабабдан келиб чиқади - компания тўплаган статистик маълумотларнинг тасдиқлашича, болалари ва оиласи бўлган автомобил эгалари автомобилни тажрибалироқ бошқаришга мойилдирлар. Шу сабабли улар ўз автомобилларини эҳтиётроқ бўлиб ҳаёдайдилар ва суғурта ходисасига камроқ учрайдилар.

Янги стратегия конкрет вазиятдан келиб чиқиб ишланди. Бундан ташқари, компания хизматларнинг тўлиқ пакетини тақлиф этади, бу эса ўзининг қийматига эга. Бозор конъюктурасини ҳисобга олган ҳодда қатор маҳсулотларга нархни ошириб белгилагалгини, ҳамда аксинча, айримларида имкониятлар ва заруриятлардан келиб чиқиб нарх пасайтириб белгиланиши мумкин. Ҳозирча компания арзон суғурта полисларига эмас, балки сервиснинг сифатига урғу бермоқда.

Келажакда компания учун АТ (ахборот технологиялари) га инвестициялар зарур. Чунки, айнан шу технологияга хизмат кўрсатиш ва унинг сифати, зарарларни тартибга солиш ҳамда, суғурта қопламаларини тўлашга боғлиқдир. Суғурталовчига шундай улкан инвестициялар зарур, чунки, ахборот технологиялари унга кўпгина йўлларга хизмат қилади.

Сотиш тизимини, ихтиёрий тиббий ва пенсияни суғурталаш ҳаётни суғурталаш сингари йўналишларни ривожлантириш режалаштирилган.

"ВУСО" СК (Украина) компаниясини ривожлантиришнинг мақсадли йўналишларини ва конкрет функционал стратегияларини белгиловчи стратегик ривожлантириш режаси ишлаб чиқилган. Стратегияга мувофиқ "ВУСО" СК миссияси кенг маънода қуйидагилардан иборат:

1. Мижозларга тўғри муносабатда бўлиш:

- Ҳар бир мижозга индивидуал ёндашув;
- Стресс вазиятларда ҳам дўстона ва хушмуомала бўлиш;
- Суғурта хизматларини сотишда ҳаққонийлик ва очиқлик;
- Нафақатгина малакавий, балки инсонийлик жиҳатдан ҳам қўллаб-қувватлаш.
- Шерикларга нисбатан тўғри муносабатда бўлиш.

Шериклар ва мижозлар олдидаги мажбуриятларни бажариш учун кафолат бўлиб ҳисобланган суғуртага қабул қилинадиган рискларни ҳисобга олган ҳодца молиявий барқарорликни таъминлаш.

Персонални мотивлаш. Новаторлик, прогрессивлик, ҳамда суғурталашнинг янги дастур ва технологияларини жорий этиш. Лидерлик, муваффақиятга эришиш, яхшилар томон интилиш. Суғурта бизнеси командалари ўйин сифатида қаралса, ўйиннинг асосий мақсади - ғолиб бўлишдир.

Иш сифатини доимий яхшилаш натижасида шерик ва мижозларнинг "ВУСО" СК га бўлган ишончини ошириш ҳисобидан Украинанинг барча минтақаларида чакана суғурта бизнесини доимий ривожлантириш.

Ўз олдида стратегик вазифа сифатида УмумУкраин компания бўлиши, ўз таркибига малакавий командани жамлаган, энг яхши суғурта маҳсулотларини такдим этувчи, мижоз ва шериклар билан ўзаро ишончли муносабатда бўлиши, яхшигина нуфузни шакллантириш-буларнинг ҳаммаси фаолиятнинг молиявий натижалари бўйича Украинанинг биринчи ўнталик чакана компаниялари қаторига киришга имкон яратади.

Россия ва Украина суғурталовчиларнинг минтақаларни ўзлаштиришни - суғурта компанияларини ривожлантиришнинг энг истиқболли йўналишларидан бири сифатида аниқладилар. Сўнгги йилларда йирик шаҳарлардаги рақобат ўта кескинлашди. Шунинг учун ўзларини федерал сифатида кўрувчи суғурта компаниялари минтақаларни йўналтириш билан банд бўлиши керак. Минтақалардаги суғурта бозорлари ўзининг улкан таракқиёт босқичидадирлар.

Ҳам минтақадаги, ҳам марказдаги йирик корпоратив мижозлар суғурта компаниялари ўртасида бўлиб олинган. Баъзи тақсимлашлар содир бўлди ва бўлмақда, бироқ бу қайта тақсимлаш ўзининг стратегик режаларини куриш кўламида эмас.

Суғурта бозори янги фазага ўтди - у майда бизнес ва жисмоний шахслар учун курашни бошлади. Бу курашда ўз имиджи тўғрисида қайғурадиган компаниялар ғолиб бўлади. Бунда нафақатгина телевизион ва бошқа рекламаларга маблағ сарфлаш, балки мижозларга сифатли хизмат кўрсатиш тўғрисида қайғуриши кўзда тутилади. Яқин кунларда "чакана" мижозлар - кичик корхоналар ва жисмоний шахслар учун хизматларни ривожлантириш устувор ривожлантирилмокда. Суғурталовчилар ҳаётни суғурталаш, пенсия суғуртаси, мулкый суғурта ва бизнеснинг бошқа турларини суғурталаш бўйича янги маҳсулотларни илгари суришни мўлжаллашмоқдалар.

Баланслаштирилган суғурта портфели - бир қатор ривожланиш гаровидир. Суғурта компаниялари ишонччилик ва баланслаштирилганлик тўғрисидаги талабларга жавоб берувчи суғурта портфели структурасини шакллантиришни давом эттиришни режалаштирган. Кўпгина компанияларда суғурта шартномаси портфели мулкый суғурталашнинг устуворлиги билан тўлдирилган, бироқ бунинг асосий шарти суғуртанинг асосий классларига мижозларнинг суғурта хизматларига бўлган эҳтиёжлари қондирилган бўлиши зарур.

Агар истиқболли суғурта маҳсулотлари тўғрисида гап борганда, бу биринчи ўринда ипотека билан боғлиқ барча нарсалардир. Давлатнинг ипотека кредитига бўлган эътибори суғурталовчиларга фаолият майдонинг кенгайишига имкон беради.

Бундан ташқари, касбий жавобгарликни суғурталаш ҳам фаол ривожланмокда.

Суғуртанинг мажбурий турларини жорий қилиш бозорни кенгайишига аҳамиятли даражада ўз таъсирини ўтказди, ҳамда кўпгина суғурта компанияларида мукофот йигимларининг кўпайишига олиб келди. ОСАГО суғурталовчиларга деярли ҳар бир уйга кириб бориш имконини берди.

Фаолиятнинг стратегик йўналишларига суғурталовчилар банклар билан фаол ҳамкорликни киритадилар.

Ҳозирги вақтда банк миқозларига ўта зарур бўлган комплекс хизматларни тақдим этиш, корпоратив майдондаги фаолиятни ривожлантиришни изохлайди.

Компания суғурта портфелини бозордаги вазиятга ва минтақавий ўзига хос хусусиятлар ва мос равишда диверсификациялаш.

Агентлик тармогини ривожлантиришга катта эътибор берилмокда. Суғурта агентларининг малакавий тайёргарлик даражасига жиддий талаблар қўйилади, улар фаолияти устидан қатъий назорат ўрнатилган.

Доимий миқозлар сонини опшириш, кросс-маркетинг даражасини кўтариш, андеррайтинг сифатини ошириш, миқозларга хизмат кўрсатиш бўйича жараёнларни автоматлаштириш, миқозлар билан ўзаро муносабатларни бошқаришнинг корпоратив тизимини (СКМ) янада юқори даражага кўтариш. Бошқаришнинг самарали тизимини яратишда кўпгина Россия ва чет эл суғурта компаниялари баланслаштирилган кўрсат кичлар методикасига таянади. Мазкур методика стратегик мақсадларни белгилаш ва стратегиянинг шакллантиришнинг тўртта асосий жиҳдига урғу беради:

Молиявий фаолият, миждозлар билан ўзаро муносабатлар ички ишлаб чиқариш фаолияти (бизнес - жараёнлар), персонални ўқитиш ва ривожлантириш.

Персонални ўқитиш ва малакасини ошириш. Молиявий натижаларга боғлиқ равишда суғурта компанияси ходимлари учун мотивлашни жорий этиш.

Суғурта хизматларини тақдим этишни барча босқичларида замонавий ахборот технологиялари имкониятларидан фойдаланиш ва уни ривожлантириш. Чунки, айнан ахборот технологияларини жорий қилиш даражасига суғурта шартномасини тузишдаги хизмат кўрсатиш сифати ва зарарларни тартибга солишида оперативлик боғлиқдир.

Стратегияларни амалга ошириш учун марказий нуқта сифатида андеррайтинг жараённи яхшилаш. Риск селективлигини яхшилаш учун андеррайтинг жараёнида зарарлар бўйича ахборотларни интеграциялаш зарур.

Юқорида қайд қилинганларни умумлаштириб, шундай хулосага келиш мумкинки, ҳам Ўзбекистон Республикасининг суғурта компанияларига, ҳам Россия ва Украина суғурталовчиларига хос бўлган суғуртани ривожлантиришнинг умумий тенденциялари мавжуд бўлиб, унинг асосида ўз ривожланиши тенденцияларини тузадилар.

Суғурта компанияларини ривожлантириш модели қуйидаги таянч принципларига асосланади: минтақавий бозорларни ривожлантириш, жумладан, агентлик тармоқларини ривожлантириш, асосий бизнес - жараёнларни оптималлаштириш, хусусан, IT - технологияларини, маҳсулот ассортиментини яхшилаш ва кенгайтириш, замонавий мотивлаш тизимини яратиш ва бошқаришнинг ғарб тизимини жорий этиш.

II Боб бўйича хулосалар

Бугун бизнинг ҳаётимиз тасодиқий ҳодисаларга бой ва бу ҳодисалар ҳар доим ҳам ижобий бўлавермайди. Кўпчилик ҳодисалар соғлиққа, мол-мулкка, инсониятнинг яшаш турмушига, корхоналарнинг молиявий ҳолатига

зарар келтириши ёки кўзда тутилган режаларни ўзгартириб юбориши мумкин. Бундай содир бўлиши мумкин бўлган ҳодисалар “қалтисликлар” номи билан боғлиқ. Кўзда тутилмаган қалтисликнинг содир бўлиши билан, табиийки унинг зарарларини қоплаш ва олдини олиш зарурияти юзага келади. Бусиз ишлаб чиқариш жараёнларини тўхтовсизлигини таъминлаб, ҳаёт учун салбий таъсирини камайтириб бўлмайди.

Қалтисликларнинг инсонлар ҳаёти учун салбий таъсирини камайтириш “суғурта” орқали амалга оширилади, бунда содир бўлган салбий ҳодисалар оқибатларини бартараф этишга кетган харажатларни бир нечта хўжалик юритувчи молиявий субъектлар ўртасида тақсимлаш тушунилади.

Мамлакат молия тизимида суғуртанинг ўрни унинг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти юридик ҳамда жисмоний шахслар суғурталанганликлари кўп жихатдан ўзини-ўзи таклаш қобилиятини оширади ҳамда давлат молия ғазнасини сақлашга имкон беради.

II БОБ. СУҒУРТА ТАШКИЛОТИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

2.1. Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг амалдаги ҳолати таҳлили

Муқобил равишда суғурта мукофотларининг умумий йиғиндиси ўсиб бориши билан бирга, унинг ЯИМдаги улуши, шунингдек, суғурта тўловларининг ҳажми ҳам ортиб бормоқда.

Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузуридаги Суғурта назорати давлат инспекциясининг маълумотларига кўра, 2013 йил 1 январ ҳолатига Ўзбекистон суғурта ташкилотларининг умумий сони 32 тани ташкил этди, уларнинг устав жамғармалари миқдори 111,9 млрд. сўм ва 71,6 млн. АҚШ доллари миқдorigа етди (2010 йил кўрсаткичига қараганда сўм қисми 121,1% ўсишга эришилди)²⁵.

Охирги йиллар давомида аҳолининг суғуртага бўлган муносабатлари тобора яхшиланиб, фуқароларнинг суғурталовчиларга бўлган ишончи ортиб, суғурта ишига жиддий ёндошилмоқда. Республикамиздаги суғурта компаниялари ходимлари профессионалликлари ҳам сезиларли даражада ошди. 2.1.1-расмда Ўзбекистон суғурта бозорининг замонавий ҳолати келтирилган.

Аҳоли жон бошига тўғри келадиган суғурта мукофотининг ҳажми ҳам суғурта бозори ривожланишини ифодаловчи фундаментал кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. 2.1.2-расмда ушбу кўрсаткичнинг охирги йиллардаги ўзгариш динамикаси келтирилган. 2002 – 2013 йиллар давомида ушбу кўрсаткичнинг қиймати деярли ўн беш маротаба ўсган.

Мамлакатимиз миллий суғурта бозорида фаолият кўрсатаётган суғурта компаниялари суғурта фаолиятининг маълум тармоғига ихтисослашиш билан бир вақтнинг ўзида универсал фаолиятни ҳам олиб бормоқдалар. Йилдан йилга суғурта ташкилотларининг устав капиталларига бўлган талаб

²⁵ Давлат суғурта назорат инспекциясининг 2013 йил яқунларига бағишланган ҳисоботи.

оширилиб борилмокда. Бундай ўзгаришлар қонун билан мустаҳкамланиб борилмокда (2.1.1-расм).



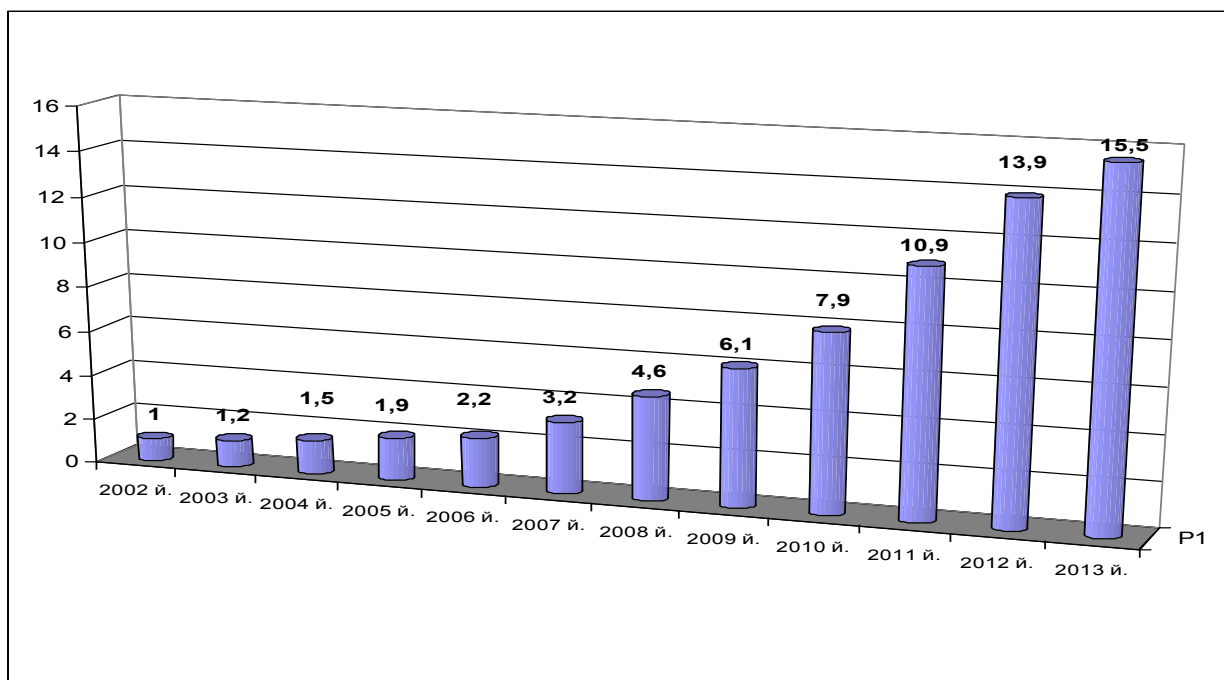
2.1.1. -расм. Ўзбекистон суғурта бозорни тузилиши ²⁶

Бунга мамлакатимизда суғурта соҳасининг юқори даражада ривожланмаганлиги, корхоналар, ташкилотлар ва аҳолининг суғурта тўғрисидаги ҳуқуқий билимларининг етарли даражада шаклланмаганлиги туфайли суғурта хизматларига талабгорлар сонининг етарли эмаслиги сабабдир.

Ҳозирги кунда мамлакат суғурта бозорида фаолият кўрсатаётган суғурта компанияларининг активлари ҳам турлича. Давлат суғурта компанияларининг устав капиталлари ва жами активлари бошқа суғурта компаниялариникидан сезиларли даражада кўп, ҳамда уларнинг таъсисчилари давлат идоралари ва ташкилотлари бўлганлиги учун уларга бўлган суғурталанувчилар ишончи юқоридир, улар томонидан 2013 йилда

²⁶ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг WWW.mf.uz –интернет саҳифаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

йиғиб олинган суғурта мукофотлари жами суғурта мукофотларининг 132,8 фоизини ташкил этди²⁷.



2.1.2. –расм Аҳоли жон бошига туғри келадиган суғурта мукофоти²⁸

Миллий суғурта бозорининг юқори концентрация даражаси 2007 йилда йиғилган суғурта мукофотлари миқдорида кўринган. 2007 йилда йиғилган жами суғурта мукофотларининг 73,3 фоизи бешта - “Ўзбекинвест”, “Ўзагросуғурта”, “Uvt-Inshurans”, “Standart Inshurans Group” ва “Кафолат” суғурта компаниялари ҳиссасига тўғри келди. Бундай кўрсаткич суғурта бозоридаги соғлом рақобат муҳитининг яратилишига салбий таъсир кўрсатувчи ҳолатлардан биридир. Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда монополия юзага келишининг олдини олиш мақсадида бир тармоқда фаолият кўрсатувчи компаниялар сони камида ўн ва ундан ортиқ бўлиб, ушбу бозордаги бир компаниянинг суғурта хизматлари кўрсатиш бўйича ҳиссаси 31 фоиздан ошмаслиги, икки компаниянинг ҳиссаси 44

²⁷ Ўша манбаа

²⁸ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг www.mf.uz –интернет саҳифаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди

фоиздан ошмаслиги, учта компаниянинг ҳиссаси 54 фоиздан ошмаслиги ва тўртта компания улуши эса 64 фоиздан ошмаслиги керак²⁹.

2.1.1.- жадвал.

**Ўзбекистон Республикасида суғурта бозори ривожланишининг
асосий кўрсаткичларининг ўзгариш динамикаси
(Суғурта мукофотлари ва суғурта тўловларида 2006 йил
кўрсаткичи шартли равишда юзга тенг деб олинган)³⁰**

Кўрсаткичлар	Йиллар							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Суғурта ташкилотлари сони, жами	25	29	31	32	33	37	33	32
шу жумладан:								
умумий суғурта ташкилотлари	23	27	29	29	30	34	31	30
Ҳаёт суғурта ташкилотлари	1	1	1	2	2	2	2	2
қайта суғурталовчи ташкилотлар	1	1	1	1	1	1	---	---
Ихтисослаштирилган брокерлар	2	2	3	3	3	3	3	4
Актуар ташкилотлар	---	---	---	1	2	2	2	2
Суғурта мукофотлари, %	100,0	148,1	119,7	166,0	120,1	132,0	135,0	132,8
Суғурта мукофотларининг ЯИМдаги улуши, %	0,24	0,26	0,24	0,3	0,28	0,26	0,29	0,3
Суғурта тўловлари, %	100,0	126,1	178,2	133,5	133,3	163,4	103,0	148,1

Ушбу нисбат бузилганда мазкур компанияларга нисбатан давлат иқтисодий санкциялар қўллаиди ва уларнинг ушбу бозордаги иштирокини чегаралаб қўяди. 2013 йилга келиб эса «кучли бешлик» “Ўзагросуғурта”,

²⁹ Давлат суғурта назорат инспекциясининг йиллик маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган.

³⁰ Давлат суғурта назорат инспекциясининг йиллик маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган.

“Ўзбекинвест”, «Asia Inshurans», “Кафолат” ва “Transinsurance Plus” зиммасига йигилган суғурта мукофотларининг 75,5 фоизи тўғри келган. Суғурта мукофотининг бундай жамланиш даражасининг 2007 йилдагига нисбатан пасайиши мамлакатнинг суғурта бозорида рақобат кучайганлигидан дарак беради. Миллий суғурта бозорларидаги муҳим кўрсаткичлардан яна бири маълум мамлакат миллий суғурта бозоридаги суғурта мукофотларининг ушбу мамлакат аҳолисининг сонига нисбати кўрсаткичидир. Ушбу кўрсаткич асосида мамлакат аҳолиси ўртасида суғурта хизматларининг қанчалик оммалашганлигини билиш мумкин. Суғурта мукофотларининг ялпи миллий маҳсулотдаги улуши кўрсаткичининг ўсиш суръатига нисбатан бу кўрсаткичнинг ўсиш суръати бирмунча юқори эканлигини кўриш мумкин. Ривожланган мамлакатлардаги ушбу кўрсаткич билан таққосланганда киши бошига тўғри келаётган суғурта мукофотлари миқдори мамлакатимизда кичик миқдорни ташкил этмоқда (2012 й.- 10991,18 сўм), чунки бу кўрсаткич АҚШда 2000 АҚШ доллари, Японияда 4000 АҚШ доллари, Европа мамлакатларида ўртача 1600 АҚШ долларини ташкил этади.

Ўзбекистон суғурта компаниялари капиталлашуви талаб даражасида эмаслиги, миллий қайта суғурталаш бозорини ривожлантиришга кам эътибор берилаётганлиги, қайта суғурталашга хорижий суғурта компаниялари жалб этилишига сабаб бўлмоқда.

Мамлакатимиз суғурта бозорида ахборотлар тизимининг тараққий этмаганлиги натижасида суғурталанувчи юридик ва жисмоний шахслар томонидан уларнинг талабига мос, молиявий барқарор ва тўловга лаёқатли суғурта компанияларини танлаш имкониятлари чегараланиб қолмоқда. Мамлакатимизда ҳаёт суғуртасининг ҳиссаси энг кичик кўрсаткичга эга бўлиб, 2007 йилда ушбу кўрсаткич 0,3 фоизни ташкил этди. Ушбу ҳолатнинг кўйидаги сабаблари мавжуд: ушбу тармоқда фаолият кўрсатаётган суғурта компанияларининг сон жиҳатидан камлиги ва уларда малакали кадрларнинг етишмаслиги, инфляция даражасининг нисбатан юқорилиги, аҳоли тўлов

қобилиятининг пастлиги ва компанияларга бўлган ишончсизликнинг мавжудлигидир.

2.1.2.- жадвал

**Ўзбекистон суғурта ташкилотлари учун белгиланган устав
капиталлари минимал миқдорларининг йиллар бўйича ўзгариши
(2006-2009 йиллар минг АҚШ доллари ҳисобида, 2010-2014 йиллар
минг ЕВРО ҳисобида)³¹**

Суғурта тармоқлари йиллар	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ҳаёт суғуртаси	250	250	750	750	1000	1000	1500	1500	2000
Умумий суғурта	150	150	500	500	750	750	1125	1125	125
Қайта суғурта (фаолият мазмунини фақат қайта суғурта бўлса)	2000	2000	3000	3000	4000	4000	5000	5000	5000
Мажбурий суғурта	500	500	1000	1000	1500	1500	2250	2250	2,250

Республика суғурта бозорида тузилмавий сиёсатнинг асосий жиҳати ихтиёрий ва мажбурий суғурта турлари ўртасидаги нисбатни мақбуллаштиришдан иборатдир. Бозор иқтисодиётига ўтаётган мамлакатларнинг тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, бозор муносабатларининг тикланиши ва суғурта маданиятининг паст даражаси шароитида мажбурий суғурта турларини амалга ошириш муқаррардир. Бундай шароитда мажбурий суғурта турларини амалга ошириш бозор капиталлашувини тезлаштиришга хизмат қилади. Суғурта мукофотлари тақсимотининг таҳлили маҳаллий суғуртачиларнинг суғурта портфелида асосий ўринни ихтиёрий суғурта турлари эгаллаганлигини кўрсатмоқда. Тараққий этган мамлакатлар тажрибасига кўра, мажбурий суғуртанинг улуши ўртача 30 фоизни ташкил этиши керак.

³¹ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг www.mf.uz –интернет саҳифаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

**Ўзбекистонда суғурта компанияларининг умумий суғурта
мукофотлари таркибий тузилмаси, фоизда³²**

Суғурта компаниялари	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Жами	100	100	100	100	100	100	100	100
Шу жумладан:								
“Ўзбекинвест” ЭИМСК	23,6	22,3	10,1	13,9	13,6	13,8	15,1	11,3
“Ўзагросуғурта” ДАСК	19,6	18,5	20,5	18,6	16,5	16,2	17,7	19,4
“Кафолат” ДАСК	6,8	6,6	7,2	6,9	6,8	7,2	7,3	8,6
“Мадад” СА	0,6	0,7	1,0	0,5	0,5	0,4	0,2	0,03
“Капитал Суғурта” ОАЖ	1,0	2,7	4,9	5,2	4,8	5,1	4,8	6,2
“ALFA INVEST” ЁАЖ	1,5	1,9	3,0	5,8	5,4	5,1	3,7	11,6
“Ишонч” СК	1,2	1,2	2,3	1,1	0,9	1,0	1,2	1,1
“Алском” СК	2,9	2,8	3,5	4,0	4,1	4,2	4,6	4,8
“Standart Inshurans Group” СК	16,5	12,7	0,4	0,5	0,8	1,0	-	-
“TransInsurance Plus” СК	----	1,7	2,8	2,4	3,0	5,5	6,5	-
“Uvt insurans” ШК СК	14,9	13,2	11,0	8,5	10,0	6,1	4,9	4,8
“Asia Inshurans” СК	2,4	2,8	3,4	4,0	5,0	8,4	10,2	7,7
Таҳлил қилинаётган компанияларнинг умумий бозор ҳажмидаги улуши	91,0	87,0	70,1	71,4	71,4	74,0	76,2	75,5

Суғурта фаолиятининг моҳияти суғурта ташкилоти ва мижоз (суғуртачи ва суғурталанувчи) ўртасида суғурта шартномаси тузилгандан кейин шартномада кўзда тутилган ҳолатлар юз берганда суғурталанувчининг кўрган зарарини суғуртачи томонидан қоплаб берилишидан иборатдир. Йиғилган маблағларнинг аксарият қисми ушбу мақсадларга сарф қилиниши керак. Мамлакатимиз суғурта компаниялари томонидан йиғилган суғурта мукофотларининг мақсадга йўналтириш ҳолатини 2.1.2-жадвал орқали кузатиш мумкин:

³² Давлат суғурта назорат инспекцияси, UzReport.com ва суғурта компаниялари маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоблари.

Суғурта ташкилотларининг миждозлар билан самарали фаолияти истеъмолчиларнинг суғурта ташкилотлари таклиф этаётган хизматлардан қониқиши ва уларга қанчалик ишонишини тахлил қилиб кўриб айтиш мумкин қуйида маълумотларда “Ўзбекинвест” ЭИМСК суғурта ташкилоти билан миждозлар ўртасидаги самарали муносабатларини тахлил қилиб кўришимиз мумкин. 2.1.4-жадвалдан кўриниб турибдики, истеъмолчининг қониқишини миждорий ўлчашга имкон берувчи истеъмолчининг қониқиш индекси. Мазкур тадқиқот жараёнидаги ҳисоб-китоблар натижасида 79,8% ни ташкил қилди. Таркибий кўринишда мазкур индекс қониқиш даражасини баҳолашнинг алоҳида блоклар кесимида турлича қийматни ташкил этди.

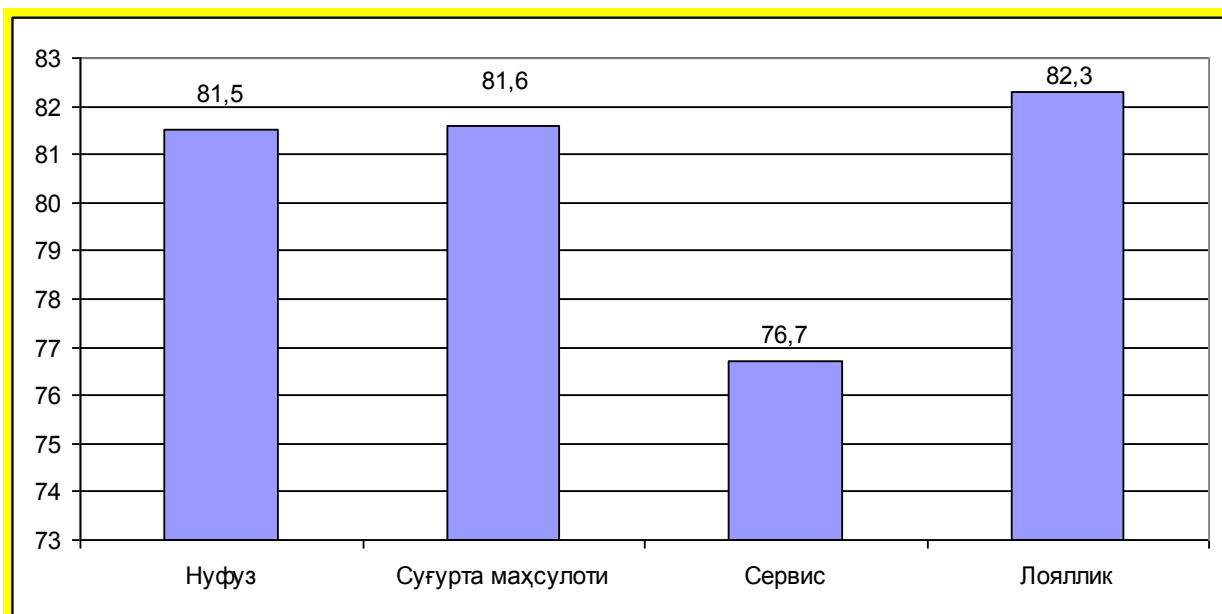
2.1.4-жадвал

2013 йилда "Ўзбекинвест"ЭИМСК бўйича истеъмолчиларнинг қониқиш индекси

№	Блок	Максимал даражада мумкин бўлган натижа	Эришилган натижа
1.	Нуфуз(обрў)	10%	8,1%
2.	Суғурта маҳсулотлари	20%	163%
3.	Сервис	40%	30,7%
4.	Лояллик	30%	24,7%
5	Жами	100%	79,8%

2013 йилда ўтказилган аналогик (қийсий) тахлил маълумотлари бўйича миждозларнинг қониқиш индекси 79,8%ни ташкил қилди.

Алоҳида блоклар кесимида истеъмолчиларнинг қониқиш индекси кўргазмали тарзда 2.1.3-расмда келтирилган, унда максимал мумкин бўлган натижалар ҳар бир блок бўйича тақсимланиб, истеъмолчиларнинг қониқиш фоизи акс эттирилган



2.1.3-расм. Алоҳида блоклар кесимида истеъмолчиларнинг қониқиш индекси.

Нуфуз Суғурта Сервис Лояллик маҳсулотлари Шундай қилиб, респондентларнинг хулосага кўра, компаниянинг энг кучли томонлари бўлиб, лояллик, суғурта маҳсулотлари ва нуфузи ҳисобланди. Хизмат кўрсатишдан умумий қониқиш ва индексни баҳолаш. Компания хизматларидан умумий қониқиш тақдим этилаётган хизматларнинг мазмуни, ҳамкорликдаги сервис, нарх омили сингарилар билан бевосита боғлиқ. Компания хизматида 74% мижозлар тўлиқ қониқиш ҳосил қилган, 26%и - қисман қониққан, қониқмаганлар мавжуд эмас.

Нуфуз(обрў) блокига кирувчи меъзонлар "Ўзбекинвест" брендига мижозлар муносабатини кўрсатади. Мазкур кўрсаткичларнинг аксарияти истеъмолчиларнинг ташқи муҳит таъсири остида шаклланади: таниш-билишлари, дўстларининг маслаҳат ва чақириқлари, СМИ, ҳамда компаниянинг мақсадга йўналтирилган рекламалари. Бу ерда асосан нуфузини ташкил этувчилар билан белгиладиган брендга бошланғич муносабатлар шакллантирилади. Имидж(нуфуз)ни баҳолаш Компания имиджини баҳолаш натижалари (репутация, бренднинг машҳурлиги, реклама ва ПР - фаолият) респондентлар томонидан 2.1.5-жадвалда кўрсатилган.

2.1.5-жадвалда

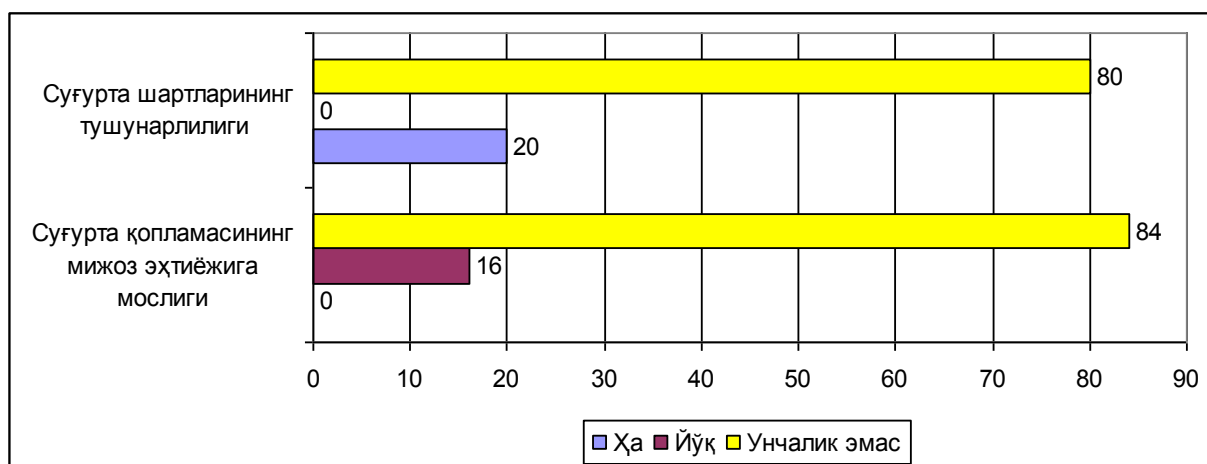
2013 йилда "Ўзбекинвест"ЭИМСК имиджини баҳолаш

Баҳолаш меъзони	Ижобий	Ўрта	Ҳеч нарса дея олмайман	Салбий
"Ўзбекинвест"ЭИМСК К умумий имиджини баҳолаш	71%	27%	2%	0%

2.1.5-жадвалдан кўришиб турибдики, респондентларнинг ярмидан 71%и компания брендини яққол ажратиб кўрсатдилар, ҳамда "Ўзбекинвест"ЭИМСК умумий имиджини ижобий баҳоладилар. Респондентларнинг 27%и компания имиджини ўртача баҳолаган бўлсалар, 2%и компания тўғрисида ҳеч бир нарса айта олмадилар.

Рақобатчилар билан таққослаш. Сўров ўтказилган 50 та респондентдан 16 нафари (яъни 32%и) рақобатчи суғурта компанияларининг хизматларидан илгари фойдаланганлар. Улардан - 48%и рақобатчи компаниялар ичида энг яхши компания деб тан олдилар, 18%и компания ишини бошқа суғурта компаниялари билан таққослаганда ўшалар даражасида деб баҳоладилар.

Суғурта маҳсулотларидан қониқиши. Респондентларнинг аксарият қисми яъни 84%и суғурта қопламаси уларнинг эҳтиёжларига мос келишини таъкидладилар. Респондентларнинг 80%и суғурта шартларини тўлиқ тушундилар, 20%и шартлар уларга унчалик тушунарли эмаслигини таъкидлаган бўлсалар, 16% мижозлар суғурта компанияси уларнинг эҳтиёжларига мос келмаслигини таъкидладилар (2.1.4-расмга қаранг).



2.1.4-расм. Истеъмолчиларни суғурта махсулотларидан қониқиши.

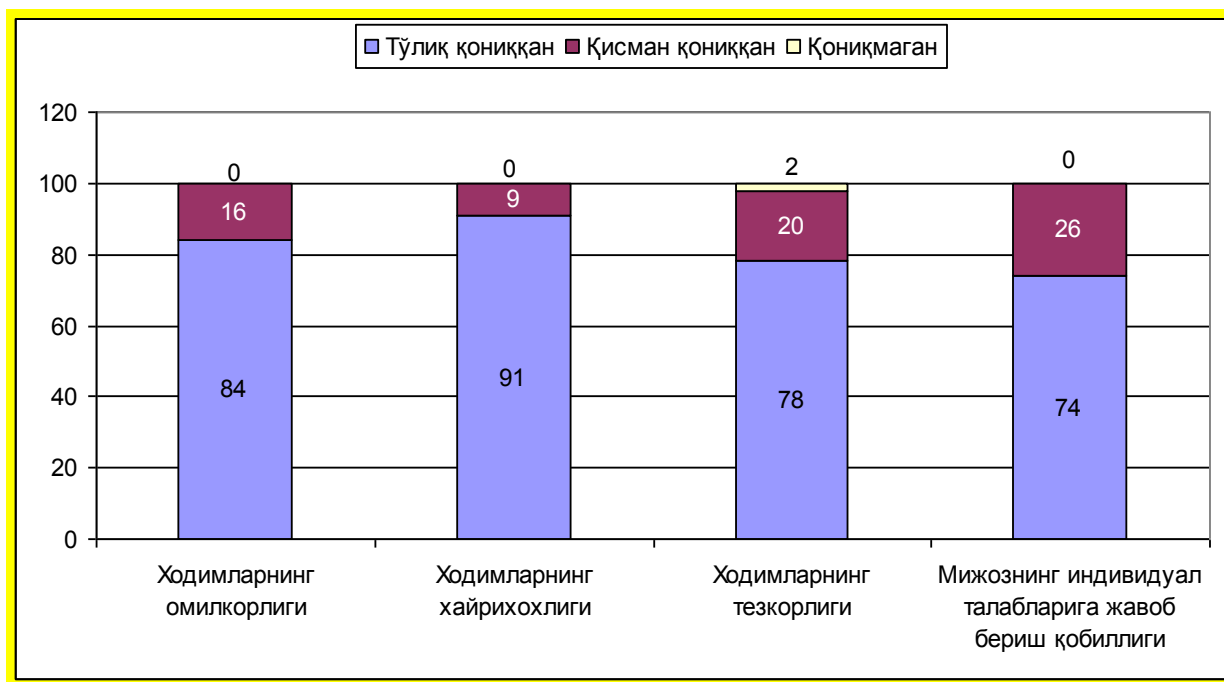
Бир-бирини тушунмаслик сабаблари ўртасида энг кенг тарқалганлари: "суғурта шартномаси матнида жумлаларнинг мураккаб тузилиши", "тушунарсиз терминлар", "шартнома матнини бошқа тилда олишни истайдилар" ҳамда "ёзувларнинг майдалиги".

Суғурта нархидан қониқиш. Умуман олганда, мижозлар нарх омилларидан қониқиш ҳосил қилганлар. 79,6% респондентларнинг фикрича, компанияда суғурта нархи оптимал тарзда, 20,4% респондентларнинг фикрича суғурта нархлари анча юқори. 20% респондентларнинг фикрича, суғурта шартлариини унчалик тушунмаганлар, 15%ининг фикрига кўра нархлар ўтган йил даражасидан юқори.

Истеъмолчиларнинг сервис хизматларидан қониқиши. Компанияларнинг сервис хизматларидан қониқиши икки босқичда: суғурта хизматларини сотиш босқичида ва суғурта даъво (шикоят, галаб) сини тартибга солиш босқичида кўриб чиқилади.

Суғурга хизматларини харид қилиш босқичида истеъмолчиларнинг қониқиши. Агар мижоз суғурта компаниясини танлаб, ундан суғурта хизматларини харид қилса, мазкур босқичда, мижоз ва суғурта компанияси номидан чикувчи ходим ёки агент ўртасида бевосита алоқалар юзага келади. Мазкур босқичда мижоз компания билан ўзаро муносабатлари бўлиб, қатор

омилларнинг таъсири натижалари ҳисобланади. 2.1.5-расмда иш сифатини ва амаддаги бизнес-жараёнларнинг самарадорлигини акс эттирувчи тўртга омил бўйича сотиш босқичида истеъмолчиларга сервис хизматларини кўрсатиш баҳоланган. Суғурта хизматларини харид қилиш босқичида истеъмолчиларнинг қониқиши.



2.1.5-расм.Суғурта хизматларини харид қилиш босқичида истеъмолчиларнинг қониқиши

Шу тарзда тезкорлик ва мижозларнинг индивидуал талабларига жавоб бериш қобилияти компаниянинг муаммоли масалаларидан бири эканлиги қайд қилинди, чунки мазкур меъзонлар бўйича тўлиқ қониқиш мос равишда 77%ни ва 74%ни ташкил қилган.

Респондентларнинг ярмидан ортиги яъни 72%и суғурта хизматларини харид қилиш вақтида суғурта тўловларининг шартлари тўғрисида тўлиқ хабардор қилинган. 74% мижозларнинг қайд қилишича улар тўлиқ хабардор қилинади, 4%и суғурта тўловлари шартлари тушунарсиз эканлигини таъкидладилар.

Мазкур мавзуга тегишли анкеталар шарҳида компания ходимларининг малакаси(маҳорати)ни ошириш бўйича суғурта шартларини тўлиқ

тушунтириш, ҳамда доимий мижозларга диққат эътиборни жалб қилиш бўйича истак ва мулоҳазалар билдирилган. Бир неча мижозлар компания томонидан мижозларга сувенирлар тақдим этиш, тариф ставкаларини пасайтириш, ҳамда индивидуал чегирмалар бериш истагини билдирганлар.

Сотиш босқичида суғурта агентлари ва компания орасида кўрсатиладиган сервис хизматларини қиёсий таҳлил қилиш.

Респондентлардан сўров ўтказишда суғурталанувчи полисни харид қилиб олгандаги сотиш усулига диққат-эътибор берилди-агентлик тармоги орқали сотилган ёки компания офиси, сотиш тармоқлари орқали ва ҳ.к.

Агентлар орқали сотилганда шартнома тузиш муваффақияти, мижозларнинг хизматлар сифатидан қониқиши, ҳамда уларни компанияга бўлган содиқлигини ўсиши ёки пасайиши, ўз ичига қуйидаги элементларни оловчи сотиш агентининг маҳоратига боғлиқ бўлади: бошланғич алоқани ўрнатиш; мижозга компанияни таништириш; мижознинг эҳтиёжларини аниқлаш; мижозни ишонтириш; суғурта шартларини тушунтириш ва нархини ҳисоблаш; шартномани тез ва сифатли расмийлаштириш; мижоз билан алоқаларни яқинлаш; мижоз билан муносабатларни шартнома кучга кирганига қўллаб-қувватлаш. Мос равишда, мижознинг компанияга бўлган муносабати, суғурта агенти мижозга тақдим этган ахборотлар таъсири остида шаклланади.

Хизматлар офис(идора) орқали сотилганда мижознинг компания билан янада узвий алоқалари мустаҳкамланади. Агар агентлар орқали сотилганда компания хизмат кўрсатиш жараёни устидан назорат қила олмайди, шу сабабли барчаси фақатгина агентга боғлиқ бўлади.

Қоидага кўра, мижоз томонидан суғуртага бўлган эҳтиёж шаклланган, ҳамда у қандай маҳсулот харид қилиб олаётганлиги тўғрисида баъзи таассуротларга эга. Офис ходимининг вазифаси - шартномани тез ва сифатли расмийлаштириш, мижозни суғуртанинг шартлари тўғрисида янада тўлиқ хабардор қилиш ва компания тўғрисида, унда фаолият кўрсатаётган ходимлар тўғрисида максимал даражада ижобий таассуротлар қолдиришдир.

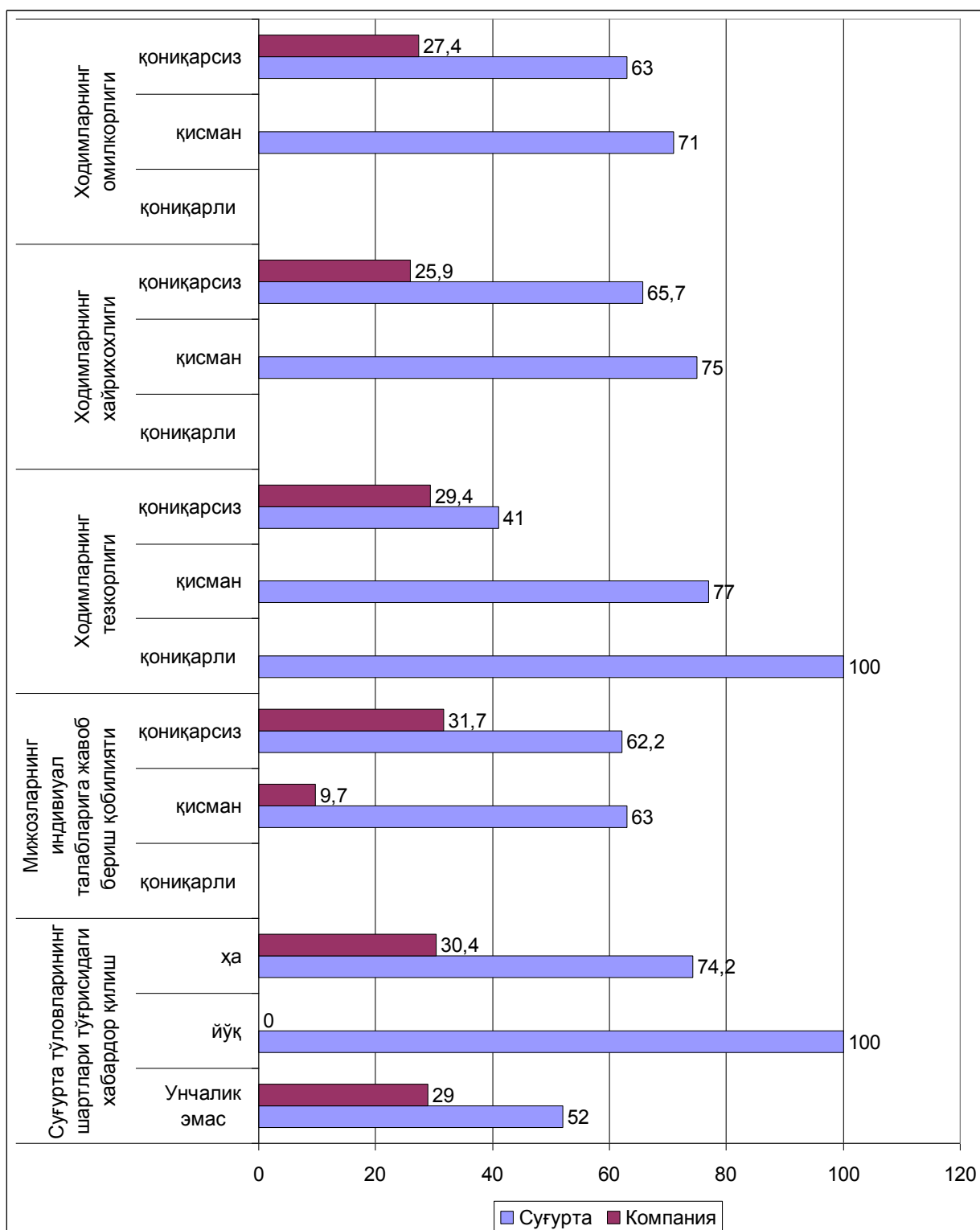
Агентнинг вазифаси эса бирмунча мураккаброқдир - аксарият ҳолларда унинг ўзи потенциал мижозлар эҳтиёжини аниқлайди, ҳамда суғуртанинг зарурияти тўғрисида мижозни ишонтиради.

Сўров ўтказилганларнинг ярмидан ориғи-68%и суғурта полисини суғурта агенти орқали харид қилганлар, 32%и компания офисларидан, 10%и бошқа усуллар орқали харид қилиб олганлар.

Суғурта агентлари ва офис ходимлари томонидан сотилган хизматларни, харид қилиш босқичида сервис хизматларидан истеъмолчиларни қониқиши таққосланганда қуйидаги натижалар қайд қилинади.

Хизматларни харид қилиш усулининг (компания офиси еки суғурта агенти орқали) истеъмолчилар қониқишига таъсири 2.1.5-расмда келтирилган. Расмдан кўриниб турибдики, компания офисида тузиладиган шартномалар истеъмолчилар қониқишининг барча кўрсаткичлари бўйича нисбатан юқоридир.

Суғурта хизматларини харид қилиш усули омилкорлик ва ходимларнинг хайрихоҳлиги кўрсаткичлари бўйича сезиларли даражада ўзгармайди. Агентларнинг тезкорлигидан тўлиқ қониқмаган мижозлар сони деярли мавжуд эмас, бироқ, тўлиқ қониққан мижозлар сони ҳам унчалик юқори эмас. Фақатгина, мижозларни суғурта тўловларининг шартлари тўғрисида хабардор қилиш кўрсаткичи бўйича улар етарли даражада маълумотларга эга эмас, бу ҳолат шундан далолат берадики, суғурта агентлари суғурта тўловлари шартларини тушунтиришга етарли даражада эътибор бермайдилар -сўров ўтказилган респондентларнинг учдан бири мазкур шартларни тўла тушунмаганлар.

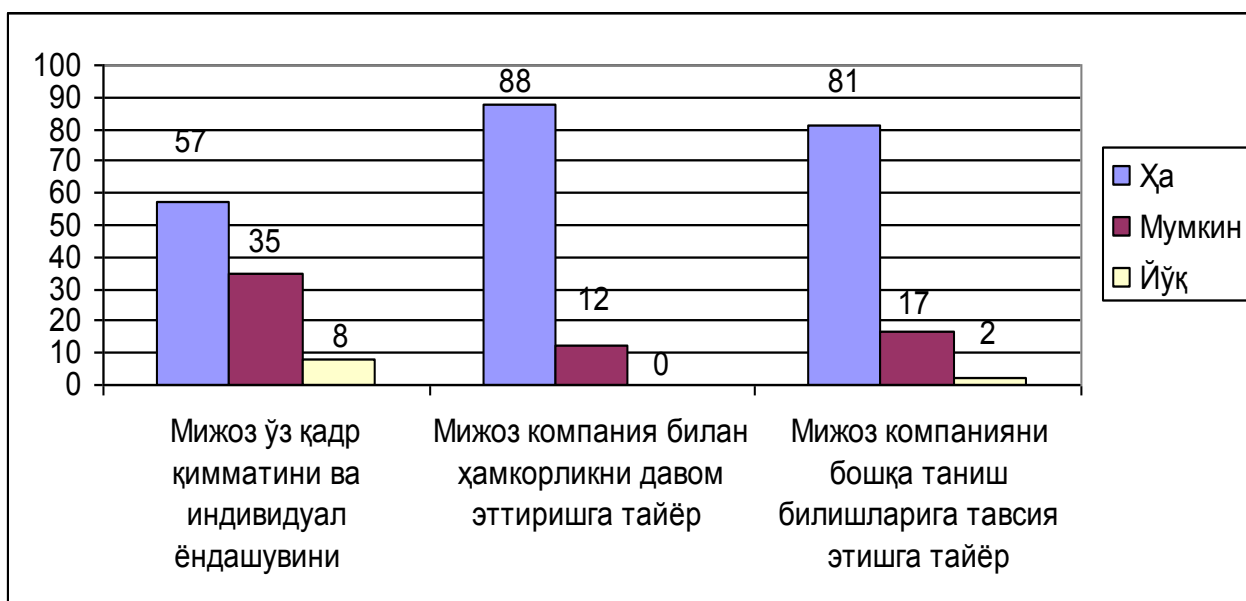


2.1.6-расм. Сотиш босқичида хизматларни харид қилиш усулини истеъмолчи қониқишига таъсири

Суғурта эътирозларини тартибга солиш жараёни мијознинг суғурта компанияси билан олдиндан шакллантирилган муносабатларини тубдан ўзгартириб юбориши мумкин. Мазкур босқичда суғурта хизматларининг

хақикий реализацияси амалга оширилади - суғурта компанияси мижоз олдидаги ўз мажбуриятларини бажаради, шу сабабли мазкур босқич аҳамиятли даража касб этади.

2.1.6-расмда тўртта меъзон бўйича суғурта эътирозларини тартибга солиш босқичида истеъмолчи томонидан сервис хизматларини баҳолаш натижалари акс эттирилган. Расм маълумотларидан кўриниб турибдики, суғурта маҳсулотини сотиш босқичида қониқиш кўрсаткичлари суғурта эътирозларини тартибга солиш босқичидаги кўрсаткичлар билан таққослаганда юқори даражададир. Мазкур ҳолат бўйича агентларда ҳам учта шарҳ акс эттирилади, мижозлар қуйидахи хоҳш истакни билдирадилар: тартибга солиш муддатини жадаллаштириш талаб қилинадиган хужжатлар ва маълумотлар сонини қисқартириш



2.1.7-расм Истемолчининг лояллик даражаси

Истеъмолчиларнинг шикоятларига муносабатлар. Мижозларнинг шикоятларига ижобий муносабатда бўлиш уларнинг қониқишига ва лояллиги доирасида фаолият кўрсатишига аҳамиятли даражада ўз таъсирини ўтказди. Мижознинг шикоятларини тезда қондириш, унга кўрсатилган эътибор ва хушмуомалалик уни компанияга нисбатан янада содиқ бўлишини таъминлайди.

Мижозларнинг шикоятларига компаниянинг муносабати тегишли саволларга респондентларнинг жавоблари қуйидаги тарзда акс эттирилади

Лояллик (тўғрилик, содиқлик). Барқарор истеъмол базаси исталган ташкилотда узлуксиз хизматлар хариди тўғрисида ижобий фикрлар туфайли иқтисодий муваффақиятни таъминлайди. Сифат орқали истеъмолчининг лояллигига эришиш компаниянинг истеъмолчилар билан ўзаро муносабатларини шакллантириш соҳасидаги фаолиятнинг стратегик йўналишларидан биридир.

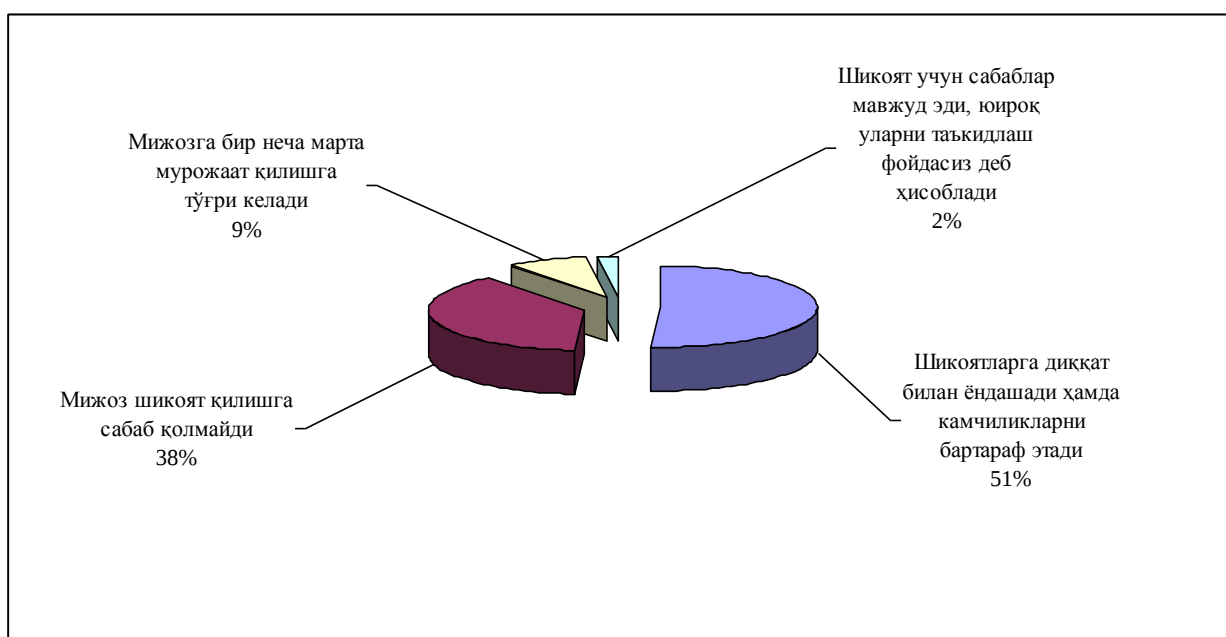
Лояллик, яъни истеъмолчининг брендига нисбатан муносабатлар характеристикаси бир томондан талаб субъекти сифатида бозордаги унинг ҳатти-ҳаракатини акс эттирса, бошқа томондан эса мазкур брендни улар томонидан эмоционал (руҳий) қабул қилинишидир. Ўтказилган таҳлил натижаларидан олинган компания миждозларининг лояллигини баҳолаш 2.1.7-диаграммада келтирилган. Ундан кўриниб турибдики, лоялликни белгиловчи қуйидаги савол берилди-миждоз яна қайтадан компания хизматларига мурожаат қилишни мўлжаллайдими? Деган саволга респондентларнинг 88%и компания билан ҳамкорликни давом эттиришга тайёрлигини билдирдилар. Суғурта шартномасини узайтириш, табиийки, миждозни сақлаб қолишнинг асосий кўрсаткичи ҳисобланади, бироқ у ҳар доим ҳам юқори мойилликни акс эттирмайди. Компанияни бошқаларга тавсия қилишга тайёрлиги - истеъмолчининг лояллик ўлчови учун ўта муҳим омил ҳисобланади.

Ҳақиқатда, компанияга содиқ бўлган истеъмолчи ўз атрофидагиларга компания брендини фаол реклама қилади, шу аснода янги миждозлар оқимини шакллантиради. Тавсия - бу содиқ истеъмолчи ўз дўстлари ва ҳамкорлари олдида зиммасита оладиган ўзига хос жавобгарликдир, чунки, мазкур ҳолатда у шахсан юқори даражадаги сифатли хизмат учун маъсулиятни ўз зиммасига олишга тайёр.

Мазкур кўрсаткич бўйича ўтган таҳлиллар билан таққослаганда натижалар анча ортди - 81% респондентлар ўз репутациясига таяниб атрофдаги кишиларга компанияни тавсия этишга тайёрдирлар. Ишонч ҳисси,

суғурта компанияси томонидан қайғуриш билан боғлиқ параметрлар мижоз ва суғурталовчи ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг янада эмоционал томонларини акс эттиради ҳамда суғурта хизматларининг моҳиятидаги ўзига хос хусусиятларни ифодалайди.

Мижознинг шикоятларига компания имкоятлар даражасида диққат билан ёндашади ҳамда камчиликларни бартараф этади. Расмдан кўриниб турибдики, сўров ўтказилган мижозларнинг фақатгина 38,3%и шикоятларга сабаб кўрсата олмади.



2.1.8-расм. Мижознинг шикоятларига компаниянинг муносабати.

Сўров ўтказилган шикоятларнинг ярми уларнинг шикоятларига компаниянинг муносабатидан қониқиш ҳосил қилган, шу сабабли уларнинг шикоят аризалари эътибор билан кўриб чиқилган ва камчиликлар бартараф этилган. Респондентларнинг 8,5%ининг шикоятларига компания томонидан ҳеч қандай муносабат бўлмаган.

2.2. Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ташкил этишга таъсир этувчи омиллари таҳлили

Ҳар қандай маҳсулот, шу ҳисобда суғурта маҳсулоти сифати янги миждозларни жалб қилувчи ва уларнинг маълум бир компания барқарор тарафдори (миждози) бўлиб қолиши омилларидан бири ҳисобланади. Аммо, суғурта хизмати, бошқа хизмат турларига қараганда. ўзига хос хусусиятларга эга:

- 1) Хизматнинг кўрсатилиш вақтининг узоклиги;
- 2) пули тўланган хизмат кўрсатилишининг фақат эҳтимолда мавжудлиги (бу суғурта ходисаси содир бўлишининг эҳтимолли характери билан боғлиқ);
- 3) хизмат кўрсатилмагунгача унинг сифатини тўлиқ баҳолаш имкониятининг йўқлиги;
- 4) суғурта маҳсулотининг риск ва қўрқув тушунчаси билан психологик боғлиқлиги, шунингдек суғуртани бошқа хизматлар қаторидан ажратиб турувчи хусусиятлари.³³

Булардан ташқари, инқироз шароитида ўзларини нафақат вақт билан боғлиқ мавхумлик, балки молиявий мавхумлик шароитида ҳам ҳимоялаш истаги туфайли расмий (“банк”) суғуртасини тўлашдан бош тортаётган миждозлар сони кўпайиб бормокда.

К.В.Шиликова таъкидлашича, агар суғурта хизматига комплекс тушунча сифатида қаралса, қуйидаги унинг асосий ташкил этувчиларини ажратиб кўрсатиш мумкин:

- суғурта шартномаси асосидаги шартларнинг суғурталовчи учун муҳим бўлган эҳтиёжларга мос келиши;
- у ёки бу суғурта дастури хусусиятларини тушуниш осонлиги;

³³ Бесфамильная Л.В. Страхование ответственности за качество товаров, работ (услуг) в системе социальной защиты населения [Текст] : монография /Л.В. Бесфамильная. – М.: Изд-во ГУУ, 2005.

– суғурта шартларининг мослашувчанлиги: суғурта суммаси, суғурта рискининг ҳисобга олинганлиги, франшиза ўлчамлари ва шу каби бошқа шартнома кўрсаткичларни мустақил равишда аниқлаш имконияти;

– суғурта ҳолатларининг тартибга солиш тезлиги, суғурта копламаларини тўлаб бериш муддатлари;

– қўшимча хизматлар рўйхатининг: йўлда техник ёрдам кўрсатиш, юридик таъминотнинг мавжудлиги, эвакуатор таклиф этиш ва бошқа.;

– суғурта маҳсулотининг қиймати.³⁴

Л.В.Бесфамильная Л.Р.Восконянлар ҳам тахминан шундай фикр билдиришади. Таъкидлаш жоизки, юқорида келтирилган рўйхат суғурта дастурини танлаш қарорини қабул қилишда мезонларни таъсир даражаси бўйича занжирлашни кўзда тутмайди, чунки бу ҳар бир суғурта ташкилоти томонидан субъектив равишда аниқланади. Бизнингча, суғурта хизмати сифатини суғуртата ташкилоти ва мижоз иқтисодий манфаатларига ўзаро мувофиқлаштириш нуқтаи назаридан қараш лозим.

Суғурта хизматини сифатини баҳолаш одатда бевосита суғурта ташкилотининг характеристикаси билан боғлиқ, яъни уни қуйидаги йўналишлар бўйича олиб бориш лозим (2.2.1-расм).

Шундай қилиб, суғурта ташкилоти нуқтаи назаридан сифатли суғурта хизмати қуйидаги талабларга жавоб бериши керак;

1) суғурта шартлари суғурта ташкилотини ўзи учун салмоқли деб ҳисоблайдиган рисклардан ҳимояланишини таъминлаши лозим;

2) нарх мос даражада бўлиши, яъни суғурталанган рискларга жавоб бериши, шунингдек рақобатчи ташкилотлардан катта бўлмаслиги, бир вақтнинг ўзида жуда паст бўлмаслиги лозим, чунки бу унинг сифатли эканлигига шубҳа уйғотади;

³⁴ Шиликова К.В. управление качеством страхового обеспечения, как элемент комплексного осуществления страхового маркетинга, в условиях мирового финансового кризиса/Электронное научное специализированное издание "Эффективная экономика", 16.05.2010г.

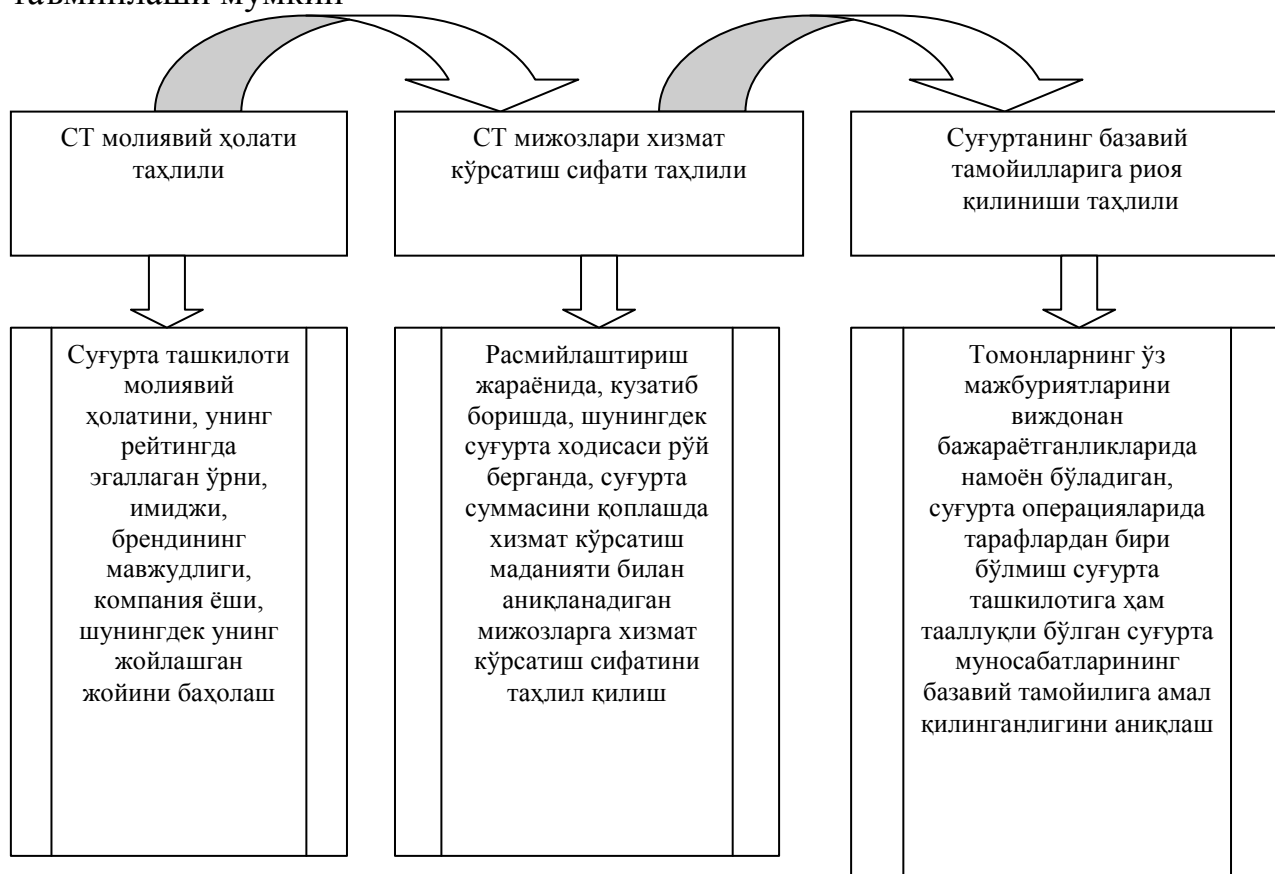
3) Суғурта ташкилотининг кафолотланган тўловлар тўғрисидаги тасаввурининг суғурта ташкилоти реал молиявий имкониятларига мос келиши;

4) ходимларнинг билимдонлиги ва маҳорати, шунингдек хушмуомалалиги ва келишиб қарор қабул қилишга тайёрлиги;

5) компания бредининг машхурлиги, рейтинга олган ўрни, унинг молиявий ахволи, шунингдек обрў-эътибори.

Шундай қилиб, юқорида санаб ўтилганлар суғурта компанияси хизмати сифати тўғрисидаги суғурта ташкилоти тасаввурига таъсир қилувчи омиллардан ҳисобланади. А.Н. Зубец, Г.Г Силласте. ва бошқа олимлар ҳам худди шундай нуқтаи назарда эканликларини билдиришган.³⁵

Мазкур талабларга мосликни компания хизматнинг юқори сифатини сақлаб қолган ҳолда унинг таннархини камайтириш, шунингдек ўзининг барча бизнес жараёнларини такомиллаштириш ва оптималлаштиришни таъминлаши мумкин



³⁵ Силласте Г.Г. Социология страхования. М.: ФА при Правительстве РФ, 2000

2.2.1-расм. Суғурта хизмати сифатини баҳолаш асосий йўналишлари.

Бизнингча, суғурта хизмати сифатига омилларнинг ҳар бири таъсирини иқтисодий-математик баҳолаш юқорида келтирилган матн кўринишидаги маълумотларни амалий жиҳатдан тушуниш учун кўргазмали равишда очиб беришга имкон яратади. Бизнинг мисолимиздаги омиллик кўрсаткичларнинг кўп сонли тўплами мавжуд бўлганда, кўпчилик олимлар интеграллашган кўрсаткични ҳисоблаш зарур ва мақсадга мувофиқлиги тўғрисида фикр билдиришади. Суғурта ташкилоти нуктаи назаридан суғурта хизмати сифати интеграллашган кўрсаткичини ҳисоблаш бир неча бочқичдан иборат. Биринчи босқич суғурта хизмати сифатига таъсир этувчи энг эътиборли омилларни танлаб олишдан иборат, яъни:

- нарх-сифат нисбатининг оптималлиги;
- суғурта ташкилотининг имидж ва обрў - эътибори;
- суғурта ташкилотининг молиявий ахволи ва рейтинги;
- ходимларнинг билими ва тажрибаси;
- хушмуомалалик ва хизмат кўрсатиш маданияти;
- мажбуриятларни виждонан бажарилиши сифати менежменти;
- тақдим этилган ахборотларнинг тўлиқлиги ва ишончлилиги, суғурта шартлари;

- суғурта компаниясининг жойлашув манзили, суғурталовчини қизиқтирувчи барча рискларни қамраб олган хизматларнинг тўлиқ пакетини олиш имконияти.³⁶

Ушбу кўрсаткичлардан классификация қатори шаклланади, унга кўра хизмат сифатини баҳолаш амалга оширилади.

Иккинчи босқичда ҳар бир кўрсаткичга баллар берилади. Улар олти даражадаги беш баллик шкаладан иборат бўлиб, унда "1" - ёмон; "2" -

³⁶ Её Же. Рынок страховых услуг и его потребитель. – М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 1999.

кониқарсиз, "3" - қониқарли, "4" - яхши, "5" - аъло бўлади. Айнан ушбу шкала бўйича хизматларни баҳолаш амалга оширилади. Сўнгра “Ўлчамлар/Даражалар” матрица-жадвали қурилади ва у бўйича суғурта компанияси хизматлари сифати баҳоланади. Хусусан, фокус-гурӯҳнинг ҳар катнашчиси мос хизмат кўрсаткичига ва у мазкур хизмат турига берилиши лозим деб ҳисоблаган баҳога тўғри келадиган қаторлар ва устунлар кесишмасида ўз тартиб рақамини кўрсатади. Кейинги босқичда ҳар бир кўрсаткичнинг аҳамиятига қараб суғурта хизмати сифатининг интеграллашган кўрсаткичи ҳисобланади. Сифатнинг интеграллашган якуний қийматлари бўйича хизматлар сифати қуйидаги интервалларга мос равишда баҳоланади:

5,00-4,51 – суғурта хизматининг юқори сифати;

4,5-3,51 – ўртача сифат;

3,5-2,51 – паст сифат;

0,00-2,5 – суғурта хизматининг рақобатбардош эмаслиги.

Агар мазкур хизматнинг сифати суғурта ташкилоти нуқтаи назаридан таҳлил қилинмаса олиб борилган таҳлил етарли бўлмайди. Суғурта ташкилоти нуқтаи назаридан суғурта хизматининг интеграллашган рақобатбардошлиги кўрсаткичини ҳисоблаш ҳам бир неча босқичдан иборат.

Аввал суғурта ташкилоти нуқтаи назаридан суғурта хизмати сифатига таъсир этувчи энг муҳим омиллар танлаб олинади:

- суғурта хизматининг рентабеллиги, иш ҳақи харажатлари;

- ходимлар малакасини ошириш харажатлари;

- кадрларни танлаш харажатлари;

- энг янги технологияларни жорий қилиш харажатлари;

- маъмурий харажатлар;

- ахборот учун харажатлар, қопламалар тўлаш харажатлари, бино ва хоналар ижараси харажатлари, захиралар яратиш харажатлари ва ҳ. к.³⁷

³⁷ Восканян Л.Р. Оценка экономического ущерба от катастрофических событий природного и техногенного характера [Текст] / Л.Р. Восканян // Вестник ГУУ. – 2010 – №6.

Сўнгра суғурта хизмати таннархидаги харажатларнинг салмоғи баҳолаш, мазкур харажатларни камайтириш ва суғурта хизмати рентабеллигини ошириш йўллари кўриб чиқиш зарур. Ушбу кўрсаткичлардан классификация қатори шаклланади ва унга кўра суғурта хизмати сифати баҳоланади.

Бунга мос равишда суғурта ташкилоти нуқтаи назаридан энг юқори сифатли хизмат бўлиб энг катта рентабелликка эга бўлгани ва хизматлар ичида таннархи камайиб боришга мойил бўлганлари ҳисобланади. Суғурта ташкилоти ва мижоз учун суғурта хизмати сифатининг шаклланиши ташқи муҳит омиллари – мамлакат суғурта бозори ривожланиши омиллари таъсирида амалга ошади. Мос равишда бозордаги ижобий ўзгаришлар суғурта хизмати сифатининг ўсишини рағбатлантирувчи омил бўлса, салбий ўзгаришлар сифат кўрсаткичини пасайишига олиб келади (2.2.2-расм).³⁸

Суғурта бозори ривожланишига салбий таъсир қилувчи омилларни қуйидагича таснифлаш мумкин:

-Иқтисодий омиллар – узоқ муддатли келажакда иқтисодий барқарорликнинг мавжуд эмаслиги;

-Ҳуқуқий омиллар (суғурта бозори субъектлари фаолиятини тартибга солувчи меъёрий базанинг мукаммал эмаслиги, бозорларнинг монополлашганлиги ва ш.к.);



2.2.2-расм. Суғурта хизмати сифатига таъсир этувчи омиллар таснифи

-Инфратузилма омиллари – суғурта бозорининг ёрдамчи инфратузилмасининг ривожланиш даражасининг пастлиги, суғурта бозорининг ходимлар ва илмий таъминотининг етарли даражада эмаслиги; боркерлик, авария комиссарлари институтининг, аджастер ва ш.к. ларнинг ривожланмаганлиги);

-Психологик омиллар суғурта бозорининг ҳолати ва имкониятлари тўғрисидаги ахборотнинг етарли даражада эмаслиги; аҳолининг барча молиявий воситачиларга, айниқса суғурта ташкилотларига нисбатан ишончсизлиги).

Шундай қилиб, бизнингча, санаб ўтилган омилларнинг салбий таъсирини бартараф этиш учун, шунингдек суғурта хизматлари сифатини ошириш учун қулай муҳит шакллантириш мақсадида яқин келажак учун суғурта хизматларини стандартлашнинг асосий йўналишларини ажратиб кўрсатиш мақсадга мувофиқ:

1. Устав фондини рискларни ҳақиқатда қоплай оладиган даражада кўпайтириш ва бу фондларга мол-мулк эмас, балки ҳақиқий пулларни киритиш орқали жамиятнинг суғурта тармоғига ишончини ошириш.

2. Молия хизматлари бозорини тартибга солиш Давлат комиссияси томонидан назорат жараёнларини автоматлаштириш ҳисобига текширув мониторингини кучайтириш.

3. Назорат жараёнини ҳар ойда амалга ошириш ва шу орқали улар фаолиятининг ёппасига тўхталишини олдини олиш, суғурта ташкилотлари молиявий қийинчиликларини ўз вақтида олдини олиш.

4. Суғурта ташкилотларининг тезкор жавоб реакцияси учун суғурта хизматлари истеъмолчилари вакиллари қўшилган суғурта компанияларининг ихтиёрий бирлашмалари кўринишидаги қўшма назорат органлари яратиш.

5. Қонунчиликда Ўзбекистонда рақобатбардош суғурта тармоғини яратиш стандарт процедуралари тўғрисидаги йўриқномаларнинг суғурта хизматларини назорат ва мониторинги қисмларини кенгайтириш.

Таклифлар жорий этилгандан сўнг суғурта бозори ривожланиш ва самарали фаолият учун туртки олади, бу, ўз навбатида, мамлакат иқтисодиётига ижобий таъсир кўрсатади, чунки суғурта компаниялари ўз маблағларини тижорат, давлат лойиҳаларини молиялаштиришга йўналтирадилар, бу эса инфратузилманинг ривожланишига олиб келади.

2.3. Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларини тартибга солишнинг ҳозирги ҳолати

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатлар Ўзбекистонда давлат назорати органи суғурта бозорини ривожлантириш ва уни тартибга солиш сиёсатини олиб бориш учун сиёсий, иқтисодий, мафкуравий йўналишдаги давлат ҳокимияти ижроия органларининг ташкил этиш, ижро этиш, фармойиш бериш фаолияти билан боғлиқ тузилмалар ва меъёрлар йиғиндисини ўзида намоён этади. Хусусан, суғурта муносабатларини тартибга солиш суғурта бозорини ривожлантириш сиёсатини олиб бориш, ушбу ривожланишдаги қарама-қаршиликлар ва тўсиқларни бартараф этиш, суғурталовчилар манфаатларини ҳимоя қилиш учун суғурта хизматлари бозорини давлат томонидан тартибга солиш меъёрлари билан ифодаланган. Ўзбекистонда суғурта фаолиятини давлат суғурта назорати функцияси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 8 июлдаги 286-сонли қарорига асосан

Молия Вазирлиги зиммасига юклатилган. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузурида республика молия органлари ходимларининг умумий сони доирасида 15 нафардан иборат Суғурта назорати давлат инспекцияси ташкил этилган. Ушбу қарорга муфовиқ Суғурта назорати давлат инспекцияси бошлиғи лавозимига кўра Ўзбекистон Республикаси Молия вазирининг ўринбосари ҳисобланади. Молия вазирлиги ҳузуридаги Суғурта назорати давлат инспекцияси суғурта муносабатлари барча катнашчиларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатлари ҳимоя қилинишини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси ҳудудида суғурта ташкилотлари фаолияти устидан назоратни амалга оширувчи давлат органи ҳисобланади³⁹.

Ўзбекистонда суғурта фаолиятининг давлат назорати зарурлиги бир қатор омилларнинг таъсири билан боғлиқ. Бизнинг фикримизча ушбу омилларнинг энг асосийлари қўйидагилардан иборат:

1. Суғурта тармоғи, бир томондан, мамлакат молия тизими институтларининг, иккинчи томондан, мулкчиликни ҳимоя қилиш институтларининг бир қисми сифатида алоҳида вазифаларни бажаради. Суғурта тармоғи бир қатор ўта муҳим ижтимоий вазифаларни ҳал этади, унинг маҳсулоти эса қўйидаги хусусиятлар билан тавсифланади: суғурта полиси сотилаётган пайтда суғурта хизмати сифатини баҳолашнинг имконсизлиги, қийматининг ноаниқлиги, давлат томонидан тартибга солишнинг алоҳида воситалардан фойдаланишни талаб қилувчи суғурта мажбуриятларини таъминлашнинг катта қалтисликка эга эканлиги;

2. Суғурта қилдирувчилар мулкчилигини ҳимоялаш омили. У айниқса иқтисодий жараёнларнинг беқарор ривожланиши билан кузатиладиган ўтиш иқтисодиётида ўта муҳим рол ўйнайди;

³⁹ Қонунчилик палатаси томонидан 2007 йил 29 июнда қабул қилинган Сенат томонидан 2007 йил 24 августда маъқулланган

3. Суғурта фаолиятини давлат томонидан назорат қилиш зарурлигининг яна бир омили суғурта компанияси суғурта қилдирувчи олдидаги ўз мажбуриятларини бажара олмаган ҳолларда суғурта компанияларининг тўловга қодир эмаслиги ёки молиявий беқарорлигининг умуман иқтисодиёт учун катта, баъзан эса фожеали оқибатлари билан боғлиқ. Бу нафақат суғурта шартномасида кўзда тутилган мулкӣ ёки экологик тусдаги зарарни тиклаш, балки умуман суғурта бозорининг қобиляти ва истикболлари учун келиб чиқадиган оқибатлар билан ҳам боғлиқ бўлиши мумкин. Масалан, суғурталовчида қабул қилинган мажбуриятлар бўйича ҳисоб-китоб қилиш учун маблағларнинг йўқлиги нафақат мўайян суғурта компаниясига нисбатан, балки умуман суғурта қилдириш ғоясига нисбатан ҳам ишончни йўқотади.

4. Аҳолини таъсир доирасидан фойдаланиб, яъни иш жойи раҳбарлари буйруғи, боғча, мактаб мутасаддиларини мажбурлаб суғурта қилдиришлари амалиётлари кузатилади. Бундай шароитда давлат назоратининг муҳим функцияларидан бири ушбу амалиётнинг олдини олишдан иборат⁴⁰.

Таъкидлаш лозимки, давлат назоратининг янги тизимини ташкил этиш амалиётида ушбу тамойиллардан етарлича фойдаланилган. Бироқ, суғурта назорати тизимини шакллантириш жараёни республика суғурта бозорининг ривожланиши амалиётидан ўзиб кетди. Масалан, 1998 - 1999 йилларгача бўлган даврда суғурта бозорига иштирокчи сифатида кириш шароитлари осон эди. Яъни, бунда лицензиялаш, низом жамғармаси ва суғурталовчиларнинг ташкилий-ҳуқуқий шаклларига нисбатан қўйиладиган жаҳон амалиётига мувофиқ талаблар мавжуд эмас эди. Суғурта назорати давлат инспекцияси томонидан 1999 йилда «Суғурта компаниялари захиралари ва мажбуриятларининг ўзаро нисбатини тартибга солувчи» низом қабул қилингандан кейин суғурта компаниялари низом жамғармалари

⁴⁰ Қонунчилик палатаси томонидан 2007 йил 29 июнда қабул қилинган Сенат томонидан 2007 йил 24 августда маъқулланган

кўтарила бошланди. Бу чора-тадбирларда Ўзбекистон суғурта бозорида тартибга солиш механизмининг вужудга келиши кўринади. «Суғурта фаолияти тўғрисидаги» қонун (2002) қабул қилиниши Суғурта назоратининг ривожланишини кейинги босқичи бўлди десак муболаға бўлмайди. Ушбу босқичда суғурта компанияларини ривожлантириш учун йўналтириладиган даромадларини солиқ ажратмаларидан озод қилиш, суғурта компанияларининг ихтисослашуви бўйича чекловларнинг бекор қилиниши, юридик ва жисмоний шахсларнинг суғуртага йўналтирилган даромадларини солиқ солиш базасидан чиқариш назорат органининг ҳаракатлари натижаси бўлди. Лекин бундай ижобий ўзгаришлар билан бир қаторда салбий ўзгаришлар ҳам рўй берди. 2002 йил 28 майгача Молия Вазирлигининг собиқ Госстрах идорасини текширув фаолиятини тартибга солиш тўғрисидаги йўриқнома бор эди. Қонун кучга киргандан кейин бу йўриқнома бекор бўлди ва ҳозирги давргача Молия Вазирлигининг текширувчилар бўйича низоми йўқ. Бу эса ўз навбатида баъзи бир тушунмовчиликлар ва ноаниқликларни келтириб чиқармоқда.

Ўзбекистонда суғурта назорати давлат инспекцияси фаолияти таҳлили шуни кўрсатдики, қонунчилик билан тартибга солинадиган меъёрий база, унинг услубий воситалари бугунги кунда суғурта бозоридаги сифат жиҳатидан ўзгаришлар талабларидан биров ортида қолмоқда. Бизнингча, бу кўп жиҳатдан назорат функцияларини такомиллаштиришнинг услубий вазифаларини бажарувчи назорат органи ривожланган тизимининг мавжуд эмаслиги, назорат технологияси ахборот таркибий қисмининг паст даражаси, шунингдек давлат суғурта назоратига хос бўлмаган функциялар: бир вақтнинг ўзида ҳам суғурта қилдирувчилар, ҳам суғурта компаниялари ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, суғурта компаниялари ходимларининг малакасини оширишга кўмаклашиш ва бошқа функцияларни бажариш билан боғлиқ.

Суғурта фаолиятида тартиб бўлиши учун Суғурта назорати давлат инспекцияси жарима санкцияларини қўллаш ҳуқуқига эга. 2008 йил 18

августда Адлия Вазирлигидан руйхатдан ўтган №1842-сонли «Суғурта фаолияти тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганлиги учун суғурталовчиларга жарима санкцияларини қўллаш тартиби тўғрисида» ги низом бунга мисолдир⁴¹. Бунда суғурталовчилар ҳар бир ножўя ҳаракатлари учун низом жамғармаларининг маълум қисми кўринишида жарима тўлашга мажбур қилинган. Лекин бизнинг фикримизча, жарима санкцияларини қўллашда жарима миқдорлари низом жамғармасига нисбатан фоиз кўринишида эмас, балки қилинган хатоликларни қанчалик оқибатларига қараб тўлаганлари маъқул. Чунки ҳар хил низом жамғармасига эга бўлган компаниялар бир хил турдаги хатоликларни содир этганда низом жамғармаси миқдори рол ўйнайди. Бу эса компанияларга нисбатан одилona чора кўришни таъминламайди.

II боб бўйича хулосалар

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни тартибга солиш ҳозиргги ҳолати шуни кўрсатадики суғурта қонунчилиги талабларига риоя қилиниши, суғурта қилдирувчиларнинг, манфаатдор шахслар ва давлатнинг қонуний манфаатларини ҳимоя қилиниши, суғурта ишини самарали ривожланиши мақсадида суғурта фаолияти устидан давлат назорати қонунийлик, ошкоралик, ташкилий бирлик тамойиллари асосида олиб борилади

Дунёнинг барча мамлакатларида суғурта фаолияти давлат томонидан каттиқ назоратга олинган соҳадир. Суғуртанинг жамоатчиликка фойдасини ва суғурта компанияларини иқтисодиётни ҳаракатлантирувчи кучлардан бири эканлигини ҳис қилган ҳолда давлат суғурта бизнесини ривожини рағбатлантиришни ўз зиммасига олган. Суғурта устидан давлат назорати суғурта қилдирувчиларнинг ва наф олувчиларнинг суғурта шартномалари ва капитални жойлаштириш манфаатларидан келиб чиқиб амалга оширилади.

⁴¹ Қонунчилик палатаси томонидан 2007 йил 29 июнда қабул қилинган Сенат томонидан 2007 йил 24 августда маъқулланган

Суғуртачиларнинг фаолияти суғурта хизматлари турининг ҳар бирига алоҳида лицензиялаш тартибида олиб борилади.

Ўзбекистонда суғурта назорати давлат инспекцияси фаолияти таҳлили шуни кўрсатдики, қонунчилик билан тартибга солинадиган меъёрий база, унинг услубий воситалари бугунги кунда суғурта бозоридаги сифат жиҳатидан ўзгаришлар талабларидан биров ортида қолмоқда. Бу кўп жиҳатдан назорат функцияларини такомиллаштиришнинг услубий вазифаларини бажарувчи назорат органи ривожланган тизимининг мавжуд эмаслиги, назорат технологияси ахборот таркибий қисмининг паст даражаси, шунингдек давлат суғурта назоратига хос бўлмаган функциялар: бир вақтнинг ўзида ҳам суғурта қилдирувчилар, ҳам суғурта компаниялари ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, суғурта компаниялари ходимларининг малакасини оширишга кўмаклашиш ва бошқа функцияларни бажариш билан боғлиқ.

III БОБ. СУҒУРТАЛОВЧИ ВА МИЖОЗ ЎРТАСИДАГИ МУНОСАБАТЛАРИНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ УСТУВОР ЙУНАЛИШЛАРИ

3.1. Суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги юзага келадиган муаммоларнинг турлари, сабаб ва омиллари

Мазкур диссертация ишида ўтказилган Ўзбекистон суғурта бозорида суғурта ташкилоти ва миждоз ўртасидаги муносабатларни таҳлил қилиш шунини кўрсатдики, ҳозирги вақтда суғурта жамиятимизнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига бозор иқтисодиёти шаклланган мамлакатларда кузатиладиган даражада сезиларли таъсир кўрсатмаяпти. Бундай ҳолатнинг асосий сабаби шундан иборатки, республикада суғурта фаолиятининг ривожланишига тўсқинлик қилувчи омилларнинг таъсири ҳамон кучли. Шулардан энг муҳимлари, қўйидагилардан иборат:

1) ўсиш муаммолари – суғурта хизматларининг маълум сегментига боғланиб қолиш, ҳаётни суғурта қилиш ва аҳолининг кенг қатламларини қамраб олувчи йўналишларнинг ривожланмаганлиги, менежментнинг паст даражаси, рақобат асосларининг ривожланмаганлиги;

2) суғурта хизматлари истеъмолчиларининг муаммолари – аҳоли катта гуруҳларининг суғурта компанияларининг ишончлилигига шубҳа билан қараши, суғурта маданиятининг тегишли даражаси, аҳоли даромадлари, инфляция кутишлар билан боғлиқ суғурта хизматларига бўлган талабларнинг пастлиги ва бошқалар.

Мустақил экспертларнинг баҳолашича, республикада ҳозирги вақтда эҳтимолий суғурта объектларининг 1 фоиздан кам суғурта қилинган, иқтисодий ривожланган мамлакатларда эса бу кўрсаткич 90-95 фоизни ташкил қилади. Бундан ташқари, суғурталовчилар таклиф қилаётган суғурта хизматларининг доираси кам, буни эса хорижий суғурталовчилар таклифи билан солиштирилганда етарлича ривожланмаган, бу ҳам мамлакатимиз суғурта бозорининг ривожланишига тўсқинлик қилмоқда

Бироқ, ҳозирги вақтда суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларда сифат жиҳатидан ижобий ўзгаришлар ҳам кўзга ташланмоқда. Улар асосан суғурта бозорининг ривожланишидаги бўлғуси сифатли ўзгаришларининг асоси ҳисобланган унинг институтционал базасининг ривожланиши билан боғлиқ. Институтционал ўзгаришлар: суғурта компанияларининг йириклашуви, суғурта фаолиятини ўзини-ўзи бошқариш жараёнининг вужудга келиши (Суғурта бозори профессионал иштирокчилари Уюшмаси), давлат назорати тизимининг ривожланиши каби тенденцияларни тавсифлайди.

Суғурта соҳасининг жадал ривожланиш йўлига ўтиши, аваламбор, минтақавий суғурта тузилмаларини ривожлантириш истиқболлари, янги суғурта шу жумладан, интернет – суғуртанинг ривожланиши ва бошқарув технологиялари бўлган жараёنли ёндашув, компьютер технологиялари асосида ишлаб турган суғурта компаниялари фаолияти самарадорлиги, корпоратив бошқарув самарадорлигининг ошиши, кадрлар таркиби сифатининг яхшиланиши, шунингдек суғурта бозорида рақобатнинг ривожланиши билан боғлиқ.

Суғурта ташкиоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни барқарор ривожланиши учун менежментнинг янги сифати, компанияларнинг иқтисодиётдаги ўзгаришларга тезда мослашиши қобилиятлари билан боғлиқ ўзгаришлар ҳам муҳим ҳисобланади. Бунда бошқарувни такомиллаштириш жараёни компаниялар фаолияти самарадорлиги кўрсаткичларининг ишлаб чиқилган тизимига асосланиши керак, уларнинг энг асосийлари суғурта хизматларининг сифати билан боғлиқ кўрсаткичлари бўлиши мумкин.

Суғурта ташкилотлари ўз фаолияти ва ривожланишининг турли шароитлари туфайли намунавий бошқарув ёндашувларидан фойдалана олмайди. Бироқ, у ёки бу компанияни бошқаришга нисбатан умумий ёндашув бошқарувнинг истеъмолчилар эҳтиёжларига, менежментга нисбатан тизимли ёндашувга, жараёнли ёндашувдан имкон қадар кўпроқ фойдаланишга, ходимларни стратегик вазифаларни ҳал этишга фаол жалб

қилишга эътиборни кучайтириш билан боғлиқ менежмент фалсафасига асосланиши керак.

Рақобат шароитларини такомиллаштириш Ўзбекистон Республикасининг Хусусийлаштириш, монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси, ижроия ҳокимият органлари, суғурталовчилар жамиятлари ва Савдо-саноат палатаси томонидан ҳал этиладиган кўп қиррали вазифа ҳисобланади. Суғурта бозорида соғлом рақобат муҳитининг шаклланиши монополияга қарши қонунчиликни янада такомиллаштирилиши билан ҳам, давлат суғурта компанияларини хусусийлаштириш жараёнлари билан ҳам боғлиқ. Суғурта бозорида фаолият юритишнинг тенг ҳуқуқли шароитлари суғурта хизматлари сифатининг яхшиланишига, улар руйхатининг кенгайиши ва нархининг пасайишига, суғурта компанияларининг ички ва ташқи бозорлардаги рақобатбардошлигини ошишига кўмак беради.

Суғурта ҳуқуқи ривожланган тизимининг шаклланиши суғурта операциялари ҳуқуқий базасининг янги моделини тузишни, суғурта ташкилотлари ва мижозлар ҳуқуқларини ҳимоя қилишни, суғурта фаолияти иштирокчиларининг истеъмолчилар манфаатлари билан боғлиқ фаолиятини фаоллаштириш учун янги имкониятларни яратишни назарда тутди.

Очиқ ахборот муҳитини таъминлаш суғурта ҳисоботларининг халқаро стандартларини миллий суғурта бозорининг амалиётига уйғунлаштириш чора-тадбирлари мажмуини назарда тутди. Суғурта статистикасининг стратегик прогноз қилиш ва андеррайтинг фаолиятининг сифатини, суғурта бозорининг иштирокчилари тўғрисидаги маълумотларнинг тўлиқлигини таъминловчи кенгайтирилган тизимини ташкил этиш зарур.

Мажбурий суғурта тизимининг ривожланиши унинг янги турларини пайдо бўлиши билан ҳам, суғурта субъектларининг кенгайиши билан ҳам боғлиқ. Мажбурий суғурта тизими бўйича суғурта мукофотларининг миқдори тахминан камида уч марта оширилиши керак, бу эса биринчи галда, давлат улушига эга бўлган суғурталовчиларни капиталлаштиришнинг камида

2 марта ошишини таъминлайди, шунингдек биргаликда суғурта қилишда суғурта ресурсларини бирлаштириш сиёсатини амалга ошириш учун шароит яратиш имконини беради. Ҳозирги суғурта бозорида мажбурий суғуртанинг янги маҳсулотлари пайдо бўлиши суғурта соҳаси экстенсив ўсишининг чораси бўлсада, республикамизда суғурта ривожланишининг ҳозирги босқичида ушбу чора мамлакатимиз суғурта компанияларининг ресурс базасини ва ижтимоий қалтисликларнинг суғурта таъминотини ошириш учун зарур. Бунда давлатнинг мажбурий суғуртани ривожлантиришдаги иштирокидан асосий мақсад мажбурий суғурта ва унинг амалга оширилишини назорат қилиш ва тартибга солиш тизимининг самарали фаолият юритиши таъминотини шакллантириш ва ривожлантиришдан иборат бўлиши керак.

Ихтиёрий суғурта. Суғуртанинг ихтиёрий турлари яқин ва узоқ истиқболда суғурта соҳасининг асосига айланиши лозим. Аҳоли даромадларини ошириш имкониятларини ҳисобга олган ҳолда, асосий эътибор ҳаётни узоқ муддатли суғурталаш тизимини ривожлантиришга қаратилиши керак. Суғуртанинг ушбу тури узоқ муддатли инвестиция ресурсларининг манбалари ҳисобланадиган маблағларни жалб қилишда алоҳида рол ўйнайди. Ихтиёрий шахсий суғурта ижтимоий кафолатлар родини пасайтирувчи восита бўлибгина қолмасдан уни ўрнини босиши ҳам мумкин. Суғурта компанияларининг ёрқин ва ишончли брендларини шакллантириш бўйича бир қатор чора-тадбирларни амалга ошириш, суғуртанинг афзалликлари, шу жумладан банк депозитларига нисбатан унинг устунликлари тўғрисида доимий равишда тушунтириш ишларини олиб бориш зарур.

Аҳолининг туғилишининг юқори суръатлари сақланиб қолинаётган шароитда пенсия тизими ижтимоий йўналтирилганлигининг ҳозирги даражасини сақлаб туришда мунтазам суғурта тўловларини пенсиялар ва аннуитетларни суғурта қилиш орқали таъминлаган ҳолда, ҳаётни суғурта қилиш турларини ривожлантириш алоҳида аҳамият касб этади. Ижтимоий

вазифаларни ҳал этишга йўналтирилган ихтиёрий суғурта турлари уй-жой, соғлиқни сақлаш, пенсия таъминотига бўлган эҳтиёжларнинг кондирилганлик даражаси билан белгиланади. Хусусан, суғуртанинг янги турлари: уй-жой қурилиши ва уй-жойнинг бут сақланиши, тиббий суғурта, пенсияларнинг жамғарилиб бориладиган қисми, таълим, шунингдек оилавий тантаналар, тўйлар, фарзанд туғилиши, паспорт олиши каби янги суғурта турларини пайдо бўлишига туртки берилади.

Бир қалтисликнинг бир неча суғурта компанияси томонидан биргаликда суғурта қилиниши, яъни суғурта пули ёки суғурта шерикчилиги орқали суғуртага йирик ва янги қалтисликларни қабул қилиш имконини беради. Суғурта ва қайта суғурта қилиш пулларида мажбурий суғуртанинг янги турларини ҳам, ихтиёрий суғурта турларини ҳам қалтисликларини қабул қилиш учун фойдаланиш мумкин.

Қайта суғурта қилиш суғурта компанияларининг молиявий барқарорлиги ва тўлов қобилияти даражасини ошириш воситаси бўлиб, у мазкур компания учун юқори қалтисликларни қабул қилиш борасида кўшимча имкониятлар беради. Қайта суғурта қилиш чет эл инвесторлари, кўшма корхоналар ҳамда иқтисодиётнинг реал секторидаги йирик объектларнинг фаолияти билан боғлиқ соҳаларда ўз ролини сақлаб қолиши керак. Бироқ, чет элга топширилаётган қайта суғурта қилиш операцияларининг ҳажми миллий қайта суғурта компаниялари фаолиятининг ва суғурта пуллари айланмасини фаоллашуви ҳисобига камайтирилса бўлади.

Суғурта тармоғи инфратузилмасининг ривожланиши суғурта қилиниши лозим бўлган объектлар ва қалтисликларни, суғурта ҳодисаси юзага келиши натижасида етказилган зарар миқдорини аниқ баҳолаш зарурати билан боғлиқ. Суғурта хизматлари сифатининг яхшиланиши ва истеъмолчиларга суғурта хизматларининг кўрсатилиши актуарийлар, суғурта воситачилари, суғурта брокерлари, сюрвейерлар, авария комиссарлари, аджастерлар каби суғурта бозори иштирокчиларнинг ролини кучайтиради.

Суғурта амалиётида актуар ҳисоб-китобларнинг қўлланиши суғурта мукофотларини тўғри ҳисоблаш ва суғурта заҳираларини шакллантириш имконини берган ҳолда, молиявий натижаларнинг объектив таҳлил қилинишини таъминлайди. Актуар назорат тўлов қобилияти ва бухгалтерия ҳисобини юритиш стандартларига нисбатан замонавий халқаро ёндашувга асос қилиб олинган. Актуарийнинг ўрни ва ролини аниқлаш, актуар баҳолаш тизими, ушбу касб мутахассисларини тайёрлашга нисбатан ёндашувларни ишлаб чиқиш суғурта ҳамжамияти ва давлат томонидан алоҳида эътибор қаратиладиган масалага айланиши керак.

Миллий суғурта бозорининг энг муҳим вазифаси – аҳоли билан ишловчи суғурта воситачиларининг сонини кескин оширишдан иборат. Давлат томонидан иқтисодий рағбатлантириш улар фаолиятини ресурслар билан қўллаб – қувватлаш учун солиқ ва бошқа имтиёзларнинг берилиши орқали амалга оширилади.

Суғурта ташкилоти воситачиларининг суғурта маданиятини ва молиявий саводхонлигини ошириш. Суғурта хизматлари истеъмолчиларини суғурта компанияларининг молиявий аҳволи, улар томонидан тақдим этиладиган хизматлар тўғрисидаги тўлиқ ва ишончли маълумот билан таъминлаш, аҳолининг суғуртага бўлган ишончини ошириш мақсадида:

Суғурта ташкилотлари бўйича бирлаштирилган базани яратиш;

суғурта қоидаларини, суғурта тарифлари бўйича маълумотларни, суғурта шартномаларини тузиш ва суғурта тўловларини амалга ошириш тартиби бўйича тушунтиришларни, суғурталовчилар рейтингларини чоп этишнинг мажбурий қоидасини жорий этиш зарур.

Бунда суғурта бозори иштирокчиларининг молиявий саводхонлигини ва суғурта маданиятини янада ошириш энг муҳим вазифалар жумласига киради.

Юқорида келтирилган қоидаларни амалга оширилиши натижасида Ўзбекистонда суғурта бозорида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг янада ривожланиши рўй беради. Суғуртанинг айрим

турларини ривожлантириш, давлат органларининг суғурта ташкилотлари билан суғуртани ривожлантиришнинг умумий вазифаларни ҳал этиш борасидаги ўзаро ҳамкорлиги самарадорлигини ошириш ҳисобидан шартномалар сони, суғурта мукофотлари ҳажмининг янада ошиши юз беради.

Суғурта мукофотлари ҳажмларининг ортиши суғурта ташкилотларига республикамиз иқтисодиётига молиявий маблағларни инвестиция қилиш манбаи бўлиб хизмат қилувчи қўшимча молиявий маблағларни жамлаш имконини беради. Суғурталовчилар мажбуриятлари ҳажмининг ортиши, рақобатнинг кескинлашуви суғурта ташкилотлари устав жамғармалари ҳажмини ошириш зарурлигини тақозо этади.

Мижозларнинг суғурта ташкилотларининг фаолияти ҳақида хабардорлигини ошириш, корхона ва ташкилотлар раҳбарлари, аҳолининг суғурта маданияти даражасини тобора ошириш суғурта тизимида молиявий маблағлар ҳажмининг ошишига, фуқаролар ва юридик шахсларнинг кенг доирасига суғурта ҳимоясининг тақдим этилишига кўмаклашади.

3.2.Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни шакллантиришда мавжуд муаммоларни ҳал этиш йўллари ва истиқболлари

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни суғурта хизматлари бозорида ривожлантиришнинг асосий шартларидан бири жойларда рақобат муҳитини шакллантириш ва ривожлантириш ҳисобланади. Суғурта хизматлари бозорида суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ривожлантириш тенденцияларини таҳлил қилиш билан шуғулланувчи аксарият экспертлар ва таҳлилчиларнинг фикрига кўра, мамлакатимиз минтақаларида рақобат муҳити суғурта кўринишга эга. Энг ачинарлиси, аксарият қишлоқ туманларида суғурта хизматларини кўрсатиш ҳамон ягона суғурталовчи- суғурта компаниясининг туман бўлимлари томонидан амалга оширилиб келинмоқда. Ҳақиқатда, унга рақобатда

бўладиган туман бўлимлари аксарият суғурта ташкилотлари томонидан жойларда ташкил этилмаган. Айни чоғда бу вазият тўлиқ барча вилоятларга тегишлидир.

Демак, баён этилганлардан шундай хулоса чиқариш мумкинки, Ўзбекистон Республикасининг вилоят марказларида суғурта хизматлари бозори бироз ривожланган бўлиб, чекка қишлоқ туманларида суғурта ташкилотларининг суғурта хизматларини кўрсатишга ихтисослашган бўлинмалари етарли даражада ташкил этилмаган. Ўзбекистон Республикасининг бирорта ҳудудида юридик шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтган суғурта ташкилотлари фаолият кўрсатмайди. Мавжуд суғурта ташкилотларининг барчаси пойтахтда - Тошкент шаҳрида рўйхатга олинган ва улар мамлакат минтақаларида суғурта хизматларини тегишли филиал ва бўлинмалари орқали кўрсатадилар. Назаримизда, минтақавий суғурта хизматларини бозорини янада ривожлантириш мақсадида жойларда мустақил суғурта ташкилотларини тузиш мақсадга мувофиқ. Бунинг учун тижорат банклари, кредит уюшмаларининг устав фондига белгиланганидек, табақалаштирилган устав фондининг энг кам миқдорларини ўрнатиш мақсадга мувофиқ. Яъни, Тошкент шаҳрида фаолият кўрсатадиган суғурталовчилар учун алоҳида, минтақаларда фаолият кўрсатадиган суғурталовчилар учун алоҳида устав фондининг энг кам миқдорларини белгилаш лозим.

Ҳозирги кунда республикаимизнинг умумий суғурта тармоғида фаолият кўрсатувчи суғурталовчилар учун устав фондининг энг кам миқдори 750,0 минг евро эквивалентидаги суммада белгиланган. Биз бу миқдорни пойтахтда ташкил этиладиган суғурталовчилар учун татбиқ этган ҳолда Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятларда ташкил этиладиган суғурталовчилар учун унинг 50 фоизи миқдорида, яъни 375,0 минг евро атрофида белгилашни таклиф этамиз. Назаримизда, вилоятларда ташкил этиладаган суғурта ташкилотлари учун бундай тартибини жорий этилиши

минтақавий суғурта хизматлари бозорини ривожланишида муҳим аҳамият касб этади.⁴²

Суғурта ташкилоти ва миждоз муносабатларини ривожлантиришдаги асосий омиллар қаторига суғурта полисларини сотиш каналларини кенгайтиришни ҳамда суғурта полисларини сотишнинг замонавий технологияларини қўллашни киритиш мумкин.

Суғурта агенти миждоз билан ўзаро фойдали мулоқот ўрнатиш учун қуйидаги олтита муҳим омилни эътибордан четда қолдирмаслиги лозим:

- ўзаро ҳайрихоҳлик. Бу сифат яхши иш муносабатларини ўрнатиш учун муҳим шарт ҳисобланади. Мурувватлилик, манфаатларнинг умумийлиги ҳайрихоҳликни оширади.

- томонларнинг бир-бирига ҳурмати. Савдо муносабатлари мустаҳкам бўлишининг яна бир муҳим шarti бу ҳамкорларнинг бир-бирига бўлган ҳурматидир.

- томонларнинг бир-бирига ўзаро ишончи. Сотиш технологиясининг муваффақияти ҳамкорларининг бир-бирига ишончи ўзаро очиқчилигида, виждонда, ҳулқининг «тиниқ»лигида, тартиблилигида ва ишончилигида билинади.

- ўзаро тиришқоқлик. Суғурта маҳсулотларини сотувчи сифатида агент ҳамма куч-ғайратини миждоз билан яхши муомалада бўлишга қаратиши лозим. Дарҳақиқат, миждозни қизиқтирмай туриб, агент умумий қўйилган мақсад йўлида ҳеч қандай ўзгариш қилолмайди. Таъбир жоиз бўлса, суғурта агенти миждозга дўст бўлиши, бунинг устига унинг муаммоларини ечишга ёрдам бериши, унинг ҳар қандай истакларини бажаришга ҳаракат қилиши керак. Вазмин ва босиқ бўлиш ҳамда камгаплик савдо муносабатлари муваффақиятининг асосини ташкил этади. Шунингдек, суғурта агентининг миждоз билан суҳбат олиб бориш маҳоратини, бир-бирларининг иш фаолиятига ўзаро қизиқишларини мослашувчанлик, олийжаноблилик ва

⁴² И.Ж. Холбекович Ўзбекистон минтақаларида суғурта бозорини инфратузилмасини шакллантириш ва ривожлантириш Тошкент-2013й

мустақил бўлиш каби фазилатларни сотув жараёнида ижобий натижага эришишнинг зарур шартларидан бири сифатида таъкидлаш жоиз.

- суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларнинг жадаллиги. Шуни ёддан чиқармаслик керакки, ўзаро муносабатлар иккала томон бир-бири билан доимий мулоқотда бўлиб тургандагина яхшиланади. Агар суғурта маҳсулотларини сотувчи агент мижозлар билан мунтазам яхши ва мустаҳкам алоқада бўлиб туриш имкониятини топа олмаса, у ҳолда ҳамма эътиборни ва ҳаракатларни катта даромад келтирувчи мижозларга қаратиши керак. Мутахассисларнинг маълум қилишича, суғурта агенти бир пайтнинг ўзида бештадан ортиқ бўлмаган мижозлар билан ҳақиқатда яхши ва мустаҳкам алоқада бўла олади.

- пухта билимли бўлиш. Суғурта агенти ўз компаниясини мижозга таништириш жараёнида унга компаниянинг эришган ютуқлари ва ижобий томонлари ҳақида ҳақида сўз очади. Агарда агент ўзини пухта билим эгаси қилиб кўрсата олмаса, мижоз билан бўладиган ҳамма яхши муносабатлари издан чиқади.

Шундай қилиб, суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасида қарор топган ўзаро ишонч, мижоз ҳақидаги муаммолар тўғрисидаги ахборотга эга бўлиш, бу муаммоларнинг тўғри ечимини кўрсатиш, охир-оқибатда суғурта маҳсулоти сотилишига шароит яратади.

Ўзбекистонда аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш тизими давлат олиб бораётган иқтисодий сиёсатнинг устувор йўналишларидан бири саналади. Суғурта ана шу тизимда ўзига хос ўринни эгаллаши учун бир қатор муаммоларни ҳал этиш лозим.

Биринчидан, республика аҳолисининг қарийб 65 фоизи қишлоқ ҳудудларда истиқомат қилиши сир эмас. Қолаверса, мавжуд маълумотларга кўра, кўп болали ва ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳолининг салмоқли қисми ҳам айнан шу ҳудудларга тўғри келади. Қишлоқда ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳолининг асосий даромад манбалари, фақат, давлат бюджети ҳисобидан молиялаштириладиган нафақа ва бюджетдан ташқари Пенсия

жамғармасидан бериладиган пенсияларга қаратилган. Бу ҳолат, ўз-ўзидан кишлоқ жойларда истиқомат қиладиган аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш тизимида суғурта механизмидан самарали фойдаланиш йўллари излаб топишни тақозо қилади. Бу муаммони ҳал этиш осон иш эмас. Чунки, суғурта ҳар қандай шаклда ва усулда амалга оширилмасин, пулли хизмат бўлиб қолаверади. Шундай экан, тўлов қобилияти паст даражада ва ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳолини суғурта ҳимоясига қамраб олиш учун, бизнинг фикримизча, қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ.

Тўлов қобилияти паст ва ижтимоий ҳимояга муҳтож аҳолини, суғурта қилиш учун ушбу йўналишда суғурта хизматларини кўрсатмоқчи бўлган суғурта ташкилотларига солиқдан имтиёзлар беришни тақлиф этамиз. Албатта, бу тақлиф вақтинчалик характерга эга бўлиб, турмуш даражасининг ошиши баробарида, кейинчалик бу имтиёз бекор этилиши мумкин.

Иккинчидан, биз биламизки, суғуртанинг барча тури у ёки бу даражада ижтимоий ҳимоя билан узвий боғланган. Гап аҳолини суғурта қилиш билан боғлиқ суғурта хизматлари ҳақида кетаётир. Аҳолининг ижтимоий ҳимояси билан боғлиқ суғурта хизмат турларига фуқароларни коллектив ёки яқка тартибда бахтсиз ҳодисалардан суғурта қилиш, тиббий суғурта, фуқароларни касалликлардан суғурта қилишни киритиш мумкин. Албатта, республикамиздаги мавжуд суғурта компанияларининг айтарли барчаси фуқароларни бахтсиз ҳодисалардан суғурта қилиш билан шуғулланади. Бу чакана суғурта хизмати ҳисобланади ва ҳар бир шахсга индивидуал ёндашувни талаб этади. Бир томондан, суғурта хизматини кўрсатишда шахснинг истак-хоҳишларини эътиборга олиш муҳим аҳамиятга эга, иккинчи томондан, бундай тартибда ишлаш суғурта ташкилоти тасарруфида анчагина суғурта агентлари тармоғи фаолият кўрсатишини талаб этади. Афсуски, Ўзбекистон суғурта бозорида агентлик тармоқлари сонининг ўсиши кузатилаётган бўлсада, ҳали-бери бу аҳолининг кенг қатламларини суғурта ҳимоясига қамраб олиш учун етарли даражада эмас. Ханузгача, республикамизнинг марказдан анча узоқ бўлган жойларида фақат

“Ўзагросуғурта” давлат-акциядорлик суғурта ташкиолтининг бўлинмаларини учратиш мумкин. Аксарият суғурта ташкилотлари шаҳар жойларда тегишли филиалларга эга бўлиб, уларнинг қишлоқ туманларида шаҳобчалари мавжуд эмас. Ҳолбуки, қишлоқ жойларда истиқомат қиладиган аҳолининг суғурта хизмат турларини рақобатга асосланган ҳолда кўрсатиш юқорида номи келтирилган суғурта компанияси билан бир қаторда бошқа суғурта ташкилотларининг ҳам бўлинмаси ташкил этилишини тақозо этади. Шундан келиб чиққан ҳолда суғурта механизмидан самарали фойдаланишни ташкил этиш учун республика ҳудудларида агентлик шаҳобчаларини кўпайтириш лозим.

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни ривожлантиришда ушбу хизмат билан боғлиқ ахборотларнинг очиқлигини таъминлаш, ахборот технологияларини ривожлантириш, интернет тармоқлари орқали ягона “суғурта бозорини” ташкил қилиш, оммавий ахборот воситалари орқали тарғибот ташвиқот ишларини ривожлантириш, рекламани кучайтириш, акциялар ва ёш оилалар учун бонуслар жорий этиш қолаверса, суғурта ташкилотларининг молиявий ҳолати, тариф ставкалари, суғурта қилиш қоидалари каби маълумотларни олишда муаммоларнинг бўлмаслиги муҳим роль уйнайди. Тўғри кейинги йилларда суғурта бозорининг очиқ-ойдинлигини таъминлаш, суғурта ташкилотлари ва уларнинг операциялари тўғрисидаги маълумотларни кенг халқ оммаси эътиборига етказиш борасида жиддий ижобий қадамлар ташланди. Аммо аҳолининг ихтиёрий суғуртага қизиқтириш ҳамда потенциал мижозларни суғуртага жалб қилиш ҳамон муаммолигича қолмоқда.

Аҳолининг турли ахборот манбалари, хусусан, “Internet” глобал тармоғи орқали суғурта фаолиятига оид ахборотлар олиш имконияти кенгайди. 2009 йилдан бошлаб республикамізда “Sug’urta” журналининг чоп этилиши, “UzReport.com” интернет порталида Ўзбекистон суғурта бозорида содир бўлаётган янгиликларни мунтазам эълон қилиб борилиши суғурта бозорининг умумий ҳолати билан боғлиқ ахборотларнинг фойдаланувчилар

томонидан олинимида катта аҳамиятга эга бўлди. Аммо, эътибор бериб қаралганда мазкур журналлар фақатгина юридик шахслар томонидан харида қилиниши, кутубхоналарда талабалар томонидан ўқилишини кузатиш мумкин, мамлакатимиз суғурта хизматлари бозори ва унинг ривожланиши билан боғлиқ ахборотлар етарли эмас. Боз устига аксарият ахборотлар рус ва чет тилларида мавжуд. Бу ҳолат суғурта фаолияти ва бозори тўғрисидаги маълумотларни кўпроқ давлат тилида эълон қилиб борилишини талаб этади. Бунга яна шуни қўшимча қилиш мумкинки, амалдаги “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги Қонунга асосан суғурта ташкилотлари молия йили яқунлари бўйича йиллик ҳисоботларини оммавий ахборот воситаларида эълон қилиб боришлари лозим. Амалда эса камдан-кам суғурта ташкилотларининг молиявий ҳисоботлари билан матбуот орқали танишиш имкониятига эга бўламиз. Шуни эътиборга олган ҳолда суғурта бозорини давлат томонидан назорат қилиш ва тартибга солиш бўйича махсус ваколатли давлат органи – Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги бу муаммога ўз эътиборини қаратади ҳамда шундай тартиб ўрнатадики, унга кўра барча суғурта ташкилотлари ваколатли давлат органи белгилаган шаклларда ва тартибда ўз молиявий ҳисоботларини оммавий ахборот воситалари орқали эълон қилиб борадилар. Бу ўз навбатида мамлакатимиз минтақаларида аҳолининг суғуртага бўлган муносабатлари ва билимларини мустаҳкамлашда ҳамда суғуртадан чўчимаслик унга эртанги кун хотиржамлиги сифатида қарашда муҳим восита бўлиб хизмат қилади.

Суғурта ташкилотларида суғурта соҳасини чуқур биладиган малакали мутахассислар тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тизимининг йўлга қўйилганлиги долзарб муаммо ҳисобланади. Ҳозирги кунда суғурта соҳаси бўйича юқори малакали бакалавр ва магистр даражасидаги мутахассислар Тошкент молия институти ва Банк-молия академиясида тайёрланмоқда. 2009 йилдан бошлаб, бундай кадрларни тайёрлаш Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ҳам йўлга қўйилди. Лекин, мазкур соҳа учун кадрлар тайёрлаш миқдори суғурта бозорининг реал эҳтиёжларидан анча орқада қолган. Гап

шундаки, ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикаси Президентининг тегишли қарори асосида бир йиллик қабул квотаси 60 тани ташкил этади. Назаримизда бу миқдорни камида 100 тага етказиш лозим. Қолаверса суғуртани мактаб ёшидаги уқувчиларга ҳам тушунтириш ўёинлар тариқасида уларга суғуртани таништириш ва суғурта ҳаётимизнинг ажралмас қисми бизга ишонч ва дадиллик бериши ҳақида мактаб уқув қўлланмаларига киритиш таклифини ҳам илгари сурмоқдамиз, бундан ташқари коллеж уқувчиларига ҳам суғурта фанлари киритилши суғурта алифбоси билан таништирилиши келажакда суғурта соҳасида малакали суғуртани чиндан севувчи ешларни тайёрлаш имконини беради. Зеро ўз соҳасини сидқи дилдан севган ва яхши билган мутахассисгина яхши натижаларга эришиши мумкин.

III боб бўйича хулосалар

Аҳолининг турли ахборот манбалари, хусусан, “Internet” глобал тармоғи орқали суғурта фаолиятига оид ахборотлар олиш имконияти кенгайди. 2009 йилдан бошлаб республикамызда “Sug’urta” журналынинг чоп этилиши, “UzReport.com” интернет порталида Ўзбекистон суғурта бозорида содир бўлаётган янгиликларни мунтазам эълон қилиб борилиши суғурта бозорининг умумий ҳолати билан боғлиқ ахборотларнинг фойдаланувчилар томонидан олинлишида катта аҳамиятга эга бўлди. Аммо, мамлакатимиз минтакаларида суғурта бозори ва унинг ривожланиши билан боғлиқ ахборотлар етарли эмас. Боз устига аксарият ахборотлар рус ва чет тилларида мавжуд. Бу ҳолат ҳам минтакаларда суғурта фаолияти ва бозори тўғрисидаги маълумотларни кўпроқ давлат тилида эълон қилиб борилишини талаб этади. Бунга яна шуни қўшимча қилиш мумкинки, амалдаги “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги Қонунга асосан суғурта ташкилотлари молия йили якунлари бўйича йиллик ҳисоботларини оммавий ахборот воситаларида эълон қилиб боришлари лозим. Амалда эса камдан-кам суғурта компанияларининг молиявий ҳисоботлари билан матбуот орқали танилиш имкониятига эга

бўламиз. Шунинг эътиборига олган ҳолда суғурта бозорини давлат томонидан назорат қилиш ва тартибга солиш бўйича махсус ваколатли давлат органи – Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги бу муаммога ўз эътиборини қаратади ҳамда шундай тартиб ўрнатадики, унга кўра барча суғурталовчилар ваколатли давлат органи белгилаган шаклларда ва тартибда ўз молиявий ҳисоботларини оммавий ахборот воситалари орқали эълон қилиб борадилар. Бу ўз навбатида мамлакатимиз минтақаларида аҳолининг суғуртага бўлган муносабатлари ва билимларини мустаҳкамлашда муҳим восита бўлиб хизмат қилади. Суғурта инсонни ва унинг мулкини тасодифли хавф-хатарлардан ҳимоялашнинг иқтисодий зарурияти натижасида юзага келди ва ривожланди.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Суғурта фаолиятида ўз моҳияти нуктаи назаридан, айнан «хизмат» тушунчаси фундаментал ҳисобланади. Суғуртачи (суғурта ташкилоти) томонидан таклиф этилаётган «хизмат» ўзида дастлаб моддийликни акс эттирмайди, яъни у ўз мижозига фақат «ваъдани сотади». Шу нуктаи назардан халқаро савдода унга «кўринмайдиган фаолият»

Шундай қилиб, суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасида қарор топган ўзаро ишонч, мижоз ҳақидаги муаммолар тўғрисидаги ахборотга эга бўлиш, бу муаммоларнинг тўғри ечимини кўрсатиш, охир-оқибатда суғурта маҳсулоти сотилишига шароит яратади. Суғуртада инсонлар ўртасида моддий бойликларни ишлаб чиқариш, тақсимот, айирбошлаш ва истеъмол қилиш жараёнида юзага келадиган маълум иқтисодий муносабатлар амалга оширилади. У барча хўжалик юритувчи субъектларга ва жамиятнинг барча аъзоларига зарарларни қоплашда қафолат тақдим этади.

Замонавий суғурта маркетинги, айниқса, суғурта бозорида юқори рақобат мавжуд бўлган давлатларда фавқулодда катта инвестицияларни талаб этади. Бошқа томондан эса, сотиш механизмининг такомиллаштиришда, мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини оширишда бундай инвестициялар рақобатчилар томонидан нусха кўчириб бўлмайдиган ноёб суғурта дастурларини яратишга имкон беради.

Бугун бизнинг ҳаётимиз тасодифий ҳодисаларга бой ва бу ҳодисалар ҳар доим ҳам ижобий бўлавермайди. Кўпчилик ҳодисалар соғлиққа, мол-мулкка, инсониятнинг яшаш турмушига, корхоналарнинг молиявий ҳолатига зарар келтириши ёки кўзда тутилган режаларни ўзгартириб юбориши мумкин. Бундай содир бўлиши мумкин бўлган ҳодисалар “қалтисликлар” номи билан боғлиқ. Кўзда тутилмаган қалтисликнинг содир бўлиши билан, табиийки унинг зарарларини қоплаш ва олдини олиш зарурияти юзага келади. Бусиз ишлаб чиқариш жараёнларини тўхтовсизлигини таъминлаб, ҳаёт учун салбий таъсирини камайтириб бўлмайди.

Қалтисликларнинг инсонлар ҳаёти учун салбий таъсирини камайтириш “суғурта” орқали амалга оширилади, бунда содир бўлган салбий ҳодисалар оқибатларини бартараф этишга кетган харажатларни бир нечта хўжалик юритувчи молиявий субъектлар ўртасида тақсимлаш тушунилади.

Мамлакат молия тизимида суғуртанинг ўрни унинг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти юридик ҳамда жисмоний шахслар суғурталанганликлари кўп жихатдан ўзини-ўзи таклаш қобилятини оширади ҳамда давлат молия ғазнасини сақлашга имкон беради.

Суғурта ташкилоти ва мижоз ўртасидаги муносабатларни тартибга солиш ҳозиргги ҳолати шуни кўрсатадики суғурта қонунчилиги талабларига риоя қилиниши, суғурта қилдирувчиларнинг, манфаатдор шахслар ва давлатнинг қонуний манфаатларини ҳимоя қилиниши, суғурта ишини самарали ривожланиши мақсадида суғурта фаолияти устидан давлат назорати қонунийлик, ошқоралик, ташкилий бирлик тамойиллари асосида олиб борилади

Дунёнинг барча мамлакатларида суғурта фаолияти давлат томонидан қаттиқ назоратга олинган соҳадир. Суғуртанинг жамоатчиликка фойдасини ва суғурта компанияларини иқтисодиётни ҳаракатлантирувчи кучлардан бири эканлигини ҳис қилган ҳолда давлат суғурта бизнесини ривожини рағбатлантиришни ўз зиммасига олган. Суғурта устидан давлат назорати суғурта қилдирувчиларнинг ва наф олувчиларнинг суғурта шартномалари ва капитални жойлаштириш манфаатларидан келиб чиқиб амалга оширилади. Суғуртачиларнинг фаолияти суғурта хизматлари турининг ҳар бирига алоҳида лицензиялаш тартибида олиб борилади.

Ўзбекистонда суғурта назорати давлат инспекцияси фаолияти таҳлили шуни кўрсатдики, қонунчилик билан тартибга солинадиган меъёрий база, унинг услубий воситалари бугунги кунда суғурта бозоридаги сифат жиҳатидан ўзгаришлар талабларидан биров ортда қолмоқда. Бу кўп жиҳатдан назорат функцияларини такомиллаштиришнинг услубий вазифаларини бажарувчи назорат органи ривожланган тизимининг мавжуд эмаслиги,

назорат технологияси ахборот таркибий қисмининг паст даражаси, шунингдек давлат суғурта назоратига хос бўлмаган функциялар: бир вақтнинг ўзида ҳам суғурта қилдирувчилар, ҳам суғурта компаниялари ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, суғурта компаниялари ходимларининг малакасини оширишга кўмаклашиш ва бошқа функцияларни бажариш билан боғлиқ.

Аҳолининг турли ахборот манбалари, хусусан, “Internet” глобал тармоғи орқали суғурта фаолиятига оид ахборотлар олиш имконияти кенгайди. 2009 йилдан бошлаб республикамізда “Sug’urta” журналининг чоп этилиши, “UzReport.com” интернет порталида Ўзбекистон суғурта бозорида содир бўлаётган янгиликларни мунтазам эълон қилиб борилиши суғурта бозорининг умумий ҳолати билан боғлиқ ахборотларнинг фойдаланувчилар томонидан олинлишида катта аҳамиятга эга бўлди. Аммо, мамлакатимиз минтақаларида суғурта бозори ва унинг ривожланиши билан боғлиқ ахборотлар етарли эмас. Боз устига аксарият ахборотлар рус ва чет тилларида мавжуд. Бу ҳолат ҳам минтақаларда суғурта фаолияти ва бозори тўғрисидаги маълумотларни кўпроқ давлат тилида эълон қилиб борилишини талаб этади. Бунга яна шуни қўшимча қилиш мумкинки, амалдаги “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги Қонунга асосан суғурта ташкилотлари молия йили якунлари бўйича йиллик ҳисоботларини оммавий ахборот воситаларида эълон қилиб боришлари лозим. Амалда эса камдан-кам суғурта компанияларининг молиявий ҳисоботлари билан матбуот орқали танишиш имкониятига эга бўламиз. Шуни эътиборга олган ҳолда суғурта бозорини давлат томонидан назорат қилиш ва тартибга солиш бўйича махсус ваколатли давлат органи – Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги бу муаммога ўз эътиборини қаратади ҳамда шундай тартиб ўрнатадики, унга кўра барча суғурталовчилар ваколатли давлат органи белгилаган шаклларда ва тартибда ўз молиявий ҳисоботларини оммавий ахборот воситалари орқали эълон қилиб борадилар. Бу ўз навбатида мамлакатимиз минтақаларида аҳолининг суғуртага бўлган муносабатлари ва билимларини мустаҳкамлашда муҳим восита бўлиб хизмат

қилади. Суғурта инсонни ва унинг мулкни тасодифли хавф-хатарлардан ҳимоялашнинг иқтисодий зарурияти натижасида юзага келди ва ривожланди.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Президент И. Каримовнинг 2010-йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011-йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.
2. Ф.Каримов, "Ўзагросуғурта" ДАСК (ОАЖ) Бошқаруви Раиси "Ўзбекстон иқтисодий ахборотномаси" журнали. 2011-йил
3. Г.В. Чернова, С.А. Калайда «Страховое дело» Журнали 2010 №12 24-31 бет.
4. Ю.Т. Ахвледиани Страхование. Дарслик. Юнити Дата, 2006 .
5. Н.Н. Никулина ва б. Страховой маркетинг.М.: Юнити, 2009 й. 211 бет.
6. В.Ю. Абрамов Страхование: теория и практика.-М.; Волстер Клувер, 2007.
7. В.П. Галаганов Страховое дело. – М.: Академия, 2009г.
8. О. Нор-Аревян Социальное страхование. Дарслик. Дашков и К,2011.
9. С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова Страхование. Дарслик. Высшее образование 2008.
10. М.А. Мирсодиков, Б.Б. Ашрафханов, Основные тенденции развития страхового рынка Узбекистана. Бозор, пул ва кредит. 2002 №4 38-40 бет.
11. Х. Шеннаев Суғурта иши. –Т.: «Турон иқбол», 2006. – 224 б.
12. О.Г. Икромов «Ўзбекистон суғурта бозори ривожланиш тенденциялари» Т.: «Тошкент инвестиция ва молия форуми» материаллари, 2012 йил 7 апрель
- 13.С.А. Умаров Ўзбекистонда суғурта фаолияти ривожланишини бошқариш. Т.: Фан, 2009 й.
14. Б.Б. Ашрафханов, М.М. Мирсодиков Основные итоги и перспективы развития страхового рынка Узбекистана. «Страховое дело» Журнали. - 2004. - N3.- 57-64 бет.
15. Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered
16. Insurance Institute, Great Britain, 1993. p. 1 b. 3.
17. Chartered Insurance Institute, Great Britain, 1993. p.1 b. 4.
18. Ефимов С.Л. Энциклопедический словарь. Экономика и страхование. М.: Церих -ПЭЛ, 1996. I-X, с. 347.
- 19.Ўзбекистон Республикаси «Суғурта фаолияти тўғрисидаги» Қонунида «таваккалчилик», Фуқаролик Кодексида «хавф» тушунчалари ишлатилган. Халқаро суғурта соҳасида эса «risk» атамаси қўлланилади.
- Т.С. Маликов, Н.Ҳ. Ҳайдаров, МОЛИЯ: умумдавлат молияси, Ўқув қўлланма.-Т: IQTISOD-MOLIYA, 2009, 426-бет.
20. Суғурта маҳсулотларини сотиш технологияси бўйича “Ўзбекинвест” ЭИМСКнинг услубий тавсиялари 2004-й

21. Эркаев А. “Ўзбекистонда суғурта бозорини ривожлантириш” 2013.й Самарқанд шаҳри.
22. Давлат суғурта назорат инспекцияси, UzReport.com ва суғурта компаниялари маълумотлари асосида муаллифнинг ҳисоблари
23. Давлат суғурта назорат инспекциясининг 2013 йил якунларига бағишланган ҳисоботи.
24. Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлигининг WWW.mf.uz –интернет саҳифаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.
25. Бесфамильная Л.В. Страхование ответственности за качество товаров, работ (услуг) в системе социальной защиты населения [Текст] : монография /Л.В. Бесфамильная. – М.: Изд-во ГУУ, 2005.
26. Шиликова К.В. управление качеством страхового обеспечения, как элемент комплексного осуществления страхового маркетинга, в условиях мирового финансового кризиса/Электронное научное специализированное издание "Эффективная экономика", 16.05.2010г.
27. И.Ж. Холбекович Ўзбекистон минтақаларида суғурта бозорини инфратузилмасини шакллантириш ва ривожлантириш Тошкент-2013й