

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ

“Суғурта иши” кафедраси

“Суғурта иши” фанидан

РЕФЕРАТ

Мавзу: Суғурталовчининг рақобатбардошлиги

Бажарди: СС 74 гуруҳи талабаси Каримов А.

Қабул қилди: доц.Х.Шеннаев

ТОШКЕНТ-2011

Кириш

Суғурта тизимини ривожлантириш ва уни ҳукуратимиз томонидан қўллаб-қувватлаш доимо диққат-эътиборида бўлиб келмоқда. Хусусан, 2008 йилнинг 22 октябрида “Транспорт воситалари эгаларининг фуқоролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилиш тўғрисида”ги ҳамда 2009 йилнинг 17 октябридан кучга кирган “Иш берувчининг фуқоролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунлари қабул қилиниши суғурта бозорининг ривожланишини янги босқичини бошлаб берди. Бу ўз навбатида янги суғурталовчилар фаолиятини ташкил этилишига олиб келди. 2010 йилда Ўзбекистон миллий суғурта бозорида 33 та суғурталовчи компания фаолият кўрсатаётган бўлса, 2011 йилга келиб эса 35 та суғурталовчи компания ўзининг суғурта хизматлари билан иштирок этиб келмоқда. 2009 йилда Ўзбекистон миллий суғурта бозоридаги суғурта хизматларини ҳажми эса 25.6 фоизга кўпайди¹. Бунини шундай изоҳлаш мумкинки, Ўзбекистон иқтисодиётида жаҳон молиявий инқирози таъсирини олдини олишга қаратилган чора-тадбирлар жуда мустаҳкам йўлга қўйилганлигидан далолат беради. Ҳозирда Ўзбекистонда ялпи ички маҳсулотнинг ўсиши 8.1 фоизни ташкил этган бўлса, саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш 9.0 фоизга кўпайди, қишлоқ хўжалигидаги ўсиш 5.7 фоизни ташкил этди, чакана савдо айланмаси 16.6 фоиз, аҳолига пуллик хизмат кўрсатиш 12.9 фоизга ошди². Айниқса суғурта бозоридаги рақобатдошлик даражаси юқори бўлган мамлакатларда, фавқулодда кўп миқдорда сармоялашни тақазо этади. Бошқа томондан, сотиш механизмини такомиллаштириш, хизмат сифатини кўтариш учун киритиладиган бундай

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг 2008 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2009 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси

² Президент И.Каримовнинг 2009 йилнинг асосий яқунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.

инвестициялар бетақор суғурта дастурларни ишлаб чиқиш имконини берадики, улардан рақбатчилар андоза олиши мутлақо истисно этилади.

1. Суғурталовчи тушунчаси ва унга нисбатан қўйилган талаблар.

Ўзбекистон Республикаси “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги Қонунининг 6-моддасида суғурталовчига алоҳида таъриф берилган. Ушбу модда шундай деб таъкидланган. Суғурталовчи - суғурта шартномасига мувофиқ суғурта товони (суғурта пули) тўловини амалга ошириш мажбуриятини олувчи юридик шахс суғурталовчи деб ҳисобланади.

Охирги йилларда ҳукуматимиз томонидан суғуртага бўлган эътибор жуда катта қаратилганлиги муносабати билан суғурта хизмат турлари ва суғурталовчилар сони кўпайди. Маслан, биргина 2008-2009 йиллар давомида 2 та суғурта хизмат тури ва 2010-2011 йилларда суғурталовчилар сони 33 тадан 35 тани ташкил этилганлиги бунинг яққол исботидир. Суғурталовчилар суғурта бозорини асосий иштирокчиларидан бири бўлиб ҳисобланади. Шунингдек суғурта бозорида сотувчи ва харидор бўладиган бўлса, бу ерда суғурталовчи сотувчи ҳисобланса унга харидор бўлиб суғурталанувчи ҳисобланади. Улар ўртасида тегишли товарлар (хизматлар) айирбошланади. Худди шундай, суғурта бозорида ҳам сотувчи (суғурталовчи) ва харидор (потенциал суғурталанувчи) иштирок этади. Бу ерда потенциал суғурталанувчи тушунчасини қандай изоҳлаш мумкин, деган ўринли савол туғилиши мумкин. Гап шундаки, башарти, потенциал суғурталанувчини тўғридан тўғри суғуртананувчи, деб атасак катта хатога йўл қўйган бўламиз. Негаки, амалдаги қонунларга мувофиқ, суғурта компаниялари билан бевосита шартнома тузган, фуқаролик салоҳиятига эга бўлган юридик ва жисмоний шахсларга суғурталанувчилар дейилади. Аксинча, суғурта “маҳсулотини” сотиб олишга эҳтиёжи бор, аммо ҳали суғурталовчилар билан тегишли суғурта муносабатларига киришмаган

шахслар потенциал суғурталанувчилар деб аталади. Энди, суғурталовчилар ҳақида гапирадиган бўлсак, суғурталовчи - бу мамлакат ҳудудида суғурта фаолиятини амалга ошириш ҳуқуқи берилган ҳамда суғурталаш ўзи учун асосий фаолият тури ҳисобланган юридик шахслардир. Кўриниб турибдики, суғурта компанияси тегишли фаолият юритиши учун ваколатли давлат органининг лицензиясига эга бўлиши ва суғуртага боғлиқ бўлмаган операциялар билан шуғулланмаслиги зарур.

Суғурталовчилар бозорга ўзларини ишлаб чиқарган ўзига хос маҳсулоти - суғурта хизматини таклиф этадилар. Ушбу хизматлар юзлаб, минглаб суғурта компаниялари томонидан сотилиши мумкин. Ўз-ўзидан, бу ҳолат суғурта бозорида потенциал мижозларни жалб этиш учун суғурта компаниялари ўртасида рақобатнинг кучайишига олиб келади ва “маҳсулот”нинг сифатига ижобий таъсир кўрсатади. Энг асосийси, потенциал суғурталанувчи ҳар томонлама ўзининг талабини қондирадиган “маҳсулот”га эга бўлади. Баён этилганлар қуруқ гап эмас, балки бугунги кунда иқтисоди тараққий этган мамлакатлар бозорида руй бераётган оддий ҳақиқатдир. Юқорида зикр этилган фикрларни қуйидаги чизмада яққол кўриш мумкин.

Суғурта бозорининг моҳиятини чуқурроқ англаб олиш учун кундалик ҳаётимиздан оддий бир мисол келтирсак мақсадга мувофиқдир.

Ўзимиз ёки болаларимизга кийим-кечак сотиб олиш учун буюм бозорига борамиз. Айтайлик, бирорта кийим, аниқроғи, куйлак сотиб олмоқчимиз. Бозорда куйлакнинг ҳар хили мавжуд, баҳолари ҳам, нархи ҳам турлича. Биз, албатта, сифати яхшисини ва баҳоси арзонини сотиб оламиз. Суғурта бозорида ҳам айнан шу жараён юз беради.

Суғурта компанияси ўз маҳсулотини бозорда сотар экан, зиммасига катта масъулият олганлигини унутмаслиги керак. Чунки, суғурталовчи озгина суғурта мукофоти эвазига йирик миқдордаги рискни қабул қилиб олади ва суғурта ҳодисаси руй берганда зиммасидаги суғурта қопламасини

тўлаши шарт. Шу ўринда, биз суғурта компаниясига мурожаат қилишни истаган ёки муайян суғурта хизматига эҳтиёж сезган шахсларга суғурта шартномасини тузишдан олдин суғурта компаниясининг молиявий ахволи, баланси билан албатта танишиб чиқишларини маслаҳат қиламиз.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, бошқа товарлар ва хизматлар каби, суғурта хизматининг ҳам баҳоси талаб ва таклиф асосида пайдо бўлади ҳамда бу баҳо ўзининг пастки ва юқори чегараларига эга. Суғурта тушумларининг миқдори суғурта тўловлари ва суғурта ташкилотлари харажатлари миқдорига тенг бўлиши суғурта баҳосининг пастки чегарасини билдиради. Бундай шароитда суғурта компанияси асосий фаолиятдан фойда ололмайди. Кўп ҳолларда суғурта бозоридаги кескин рақобат, суғурта ташкилотларининг потенциал миждозларни жалб этиш мақсадида тариф ставкаларини камайтиришга мажбур этади. Чет мамлакатларда, суғурталовчилар суғурта фаолиятидан зарар кўрганда, бу зарар инвестициядан келадиган даромад ҳисобидан қопланади.

Суғурта хизмати баҳосининг юқори чегараси талаб ҳажми ва банк фоизининг миқдори билан аниқланади. Суғурта хизматининг маълум бир турига етарли даражада талаб мавжуд бўлганда, суғурта ташкилоти мазкур хизмат баҳосини юқори даражада сақлаб туриши мумкин. Лекин, вақт ўтиши билан бозорда суғурта хизмати кўрсатиш турларининг кўпайиши билан, ўз-ўзидан тариф ставкалари камаяди.

Бугунги кунда суғурталовчиларга ўзига хос фаолиятларидан келиб чиққан ҳолда уларга нисбатан талаблар қўйилган. Яъни бу талаблар асосан энг кам устав капитал миқдори бўйича ўрнатилган (1-жадвалга қаранг).

Суғурталовчиларнинг, суғурта соҳалари бўйича энг кам устав капитали миқдориغا 2010 йилда киритилган ўзгартириш ва қўшимчалар

Суғурта соҳалар		Энг кам устав капитали миқдори
1	Умумий суғурта соҳасида	750 минг.Евро эквивалент суммада
2	Ҳаёт суғурта соҳасида	1 млн.Евро эквивалент суммада
3	Мажбурий суғурталаш бўйича	1.5 млн.Евро эквивалент суммада
4	Қайта суғурталаш бўйича	4.0 млн. Евро эквивалент суммада

1-жавдал маълумотларидан кўриниб турибдики, суғурталовчиларни энг кам устав капитали миқдориغا ўзгартиришлар киритилган бўлиб, бу асосан суғурталовчиларнинг молиявий барқарорлигини таъминлаш ҳамда улар фаолиятида суғурта хизмат турларини кўпайтиришга қаратилган жараёнлардан бири ҳисобланади. Бу ўз навбатида суғурта бозорида фаолият кўрсатувчи суғурталовчилар ўртасидаги рақобатни шакллантиради деб ўйлайман.

2. Суғурталовчининг рақобатбардошлигини оширишда суғурта маркетингини роли.

Ҳар бир суғурталовчи суғурта фаолиятини узоқ муддатга амалга оширмакчи бўлса агар, у биринчи навбатда суғурта бозори тўғрисида тўлиқ маълумотга эга бўлмоғи зарур. Бу ўз навбатида бозор механизминини тўғри ўрганиб чиқишни тақозо этади. Шундагина суғурталовчи суғурта бозорида рақобатлаша олади.

Бугунги кунда мижозларнинг қаноатланишига эришув суғурта килувчининг асосий мақсади – суғурта амалиётлари орқали фойда олишга

³ Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ҳузуридаги Давлат суғурта назорати инспекцияси маълумотлари асосида тайёрланган.

зид бўлмаслиги шарт, яъни маркетинг ўтказишга қилинаётган харажатлар бу фаолиятдан кўриладиган натижа билан мувозанатда бўлиши шарт Бундай мувозанатни математик ҳисоб-китоб йўли билан, маркетинг харажатлари ва ундан кўрилган фойда нисбати орқали топиш мумкин. Шубҳасиз, ҳар қандай маркетинг акцияси самарадорлик бўйича ўз чегараларига эга бўлади. Масалан, суғурта маҳсулотини сотиш тармоғини ривожлантириш учун чекланмаган миқдорда кўп маблағ сарфлаш мумкин, аммо мижозларни мазкур ҳудудда суғуртанинг муайян тури билан қамраб олиш эса ўз чекловларига эга, чунки маълум бир босқичга етган қуйилмалар ўзини оқламай қолади. Суғурта сифати тўғрисида ҳам худди шу фикрни айтиш мумкин. Суғурта маҳсулотини чексиз равишда такомиллаштириб бориш ва уни мижозлар талабига мослаштиравериш мумкин, аммо бу ҳолда вақти келиб маҳсулот сифатини сезгирлик билан кузатувчи мижозлар доираси тугайди ва бундан кейинги барча ҳаракатлар зое ҳаттоки зарарли бўлиб қолади. Шу сабабли ҳозирги замон шароитида суғурта қилувчиларнинг маркетингга оид куч-ғайратларини оптималлаштириш муҳим аҳамият касб этмоқда. Бунда суғурта хизматлари сифатини ва миқдорини унинг рентабеллигига қараб баҳолаш катта аҳамиятга эга.

Ҳозирги замон суғурта маркетинги, айниқса суғурта бозоридаги рақобатдошлик даражаси юқори бўлган мамлакатларда, фавқулодда кўп миқдорда сармоялашни тақазо этади. Бошқа томондан, сотиш механизминини такомиллаштириш, хизмат сифатини кўтариш учун киритиладиган бундай инвестициялар бетакрор суғурта дастурларни ишлаб чиқиш имконини берадики, улардан рақбатчилар андоза олиши мутлақо истисно этилади. Масалан Франция суғурта бозорининг етакчиси ҳисобланган UAP суғурта компанияси (томонидан яқин кунларга қадар унинг АХА гуруҳи томонидан ўзлаштириб олишига қадар) амалга оширилган йирик пул маблағлари ва меҳнат қуйилмалари зарарларни мувофиқлаштириш босқичида жисмоний шахсларга хизмат кўрсатиш вақтини анча қисқартириш

имконини берди. Суғурталанувчи суғурта ҳолати вужудга келгани тўғрисида ариза билан мурожаат қилган пайтдан то қопламани олгунча бўлган максимал муддат 10 кунгача қисқартирилди, бу эса қушимча равишда янги миждозларни жалб этиш учун жиддий далил вазифасини ўтади.

Шу жиҳатдан суғурта хизмаълари сифатини ошириш дастурлари ҳам таъсирчанликка эга булади. Қатор суғурта компаниялари суғурталанувчиларга юқори сифатли хизмат кўрсатишни рақобатчилар билан курашда ўзларининг энг муҳим қуролларига айлантириб олганлар. Суғурта хизматларининг сифати паст бўлишлиги эҳтимолдаги миждозларни суғурта компаниясидан қочириб юборади. Компаниянинг обрў-эътибори реклама билан эмас, балки «оғиздан-оғизга» ўтувчи дув-дув гап орқали вужудга келади. Агар миждоз ўз дўстларидан ёки танишларидан қайсидир компания шартнома тузиш ёки суғурта ҳолати содир бўлганлигини текшириш жараёнида суғурта хизмати кўрсатишнинг зарур сифат билан таъминлай олмаганлигини эшитса, ҳеч қандай реклама бу одамни мазкур суғурта қилувчи билан шартнома тузишга мажбур қила олмайди. Хизматларнинг юқори сифатда йўлга қўйилиши эса, аксинча, қўшимча равишда янги-янги суғурталанувчиларни компанияга жалб этади. Шу сабабли суғурта бозорларидаги аёвсиз рақобат шароитида компаниялар суғурта хизматларининг тил теккизилмайдиган даражада сифатли бўлиши учун тобора кўпроқ интиломқдалар.

Ғарбдаги суғурта компаниялари ишини мушкуллаштирувчи ва айни чоғда суғурта ишида маркетинг аҳамиятини оширувчи муҳим бир ҳолатга эътибор қаратиш лозим. Бу ўринда биз истеъмолчиларнинг ўз ҳақ-ҳуқуқлари учун («консюмеризм» деб номланувчи) ҳаракатларини назарда тутяпмизаки, бу ҳаракат ижтимоий хусусиятга эга бўлиб, ғарб мамлакатлари итимоий тараққиётида муайян тамойилларга эга. Суғурталанувчилар суғурта қилувчилар уларнинг хизматида бўлишини истайдилар, аксинча ҳолатни эмас. Бундай вазиятда суғурта маркетинги ва суғурталанувчиларнинг

ижтимоий муносабатлари мижозлар учун олиб борилаётган рақобатчилик курашида яшаб қолишнинг энг зарур воитасига айланади.

Европа чегаралари очиб юборилгач, суғурта маркетинги олиди янги муаммолар пайдо бўлди. Эндитликда бозорни, маҳсулотларни ва рақобатни алоҳида олинган мамлакат доирасида таҳлил қилишдан ташқари, суғурта қилувчилар бирлашган миллий бозорнинг турли-туманлигини, истемолчилар қизиқишларининг ўзи хос қирраларини ва шу кабиларни ҳисобга олишлари зарур. Бошқача айтганда, талаб ва эҳтиёж билан уйғунлигини, халқаро бозорлардаги ва халқаро рақобатдаги аҳволини ҳисобга олмай туриб бугунги кунда суғурта маҳсулотини ишлаб чиқариш мумкин эмас.

Ҳозирги пайтда энг йирик суғурта компаниялари суғурталашнинг янги шартларини ишлаб чиқувчи ва маҳсулотнинг бозордаги ҳаракатини кузатувчи бўлинмаларни бирлаштирмоқдалар. Рақобатдош суғурта қилувчилар томонидан тақдим этилаётган маҳсулотнинг қайси кўрсаткичлари суғурталанувчи томонидан мақбул кўрилаётганига, яъни истемолчининг руҳиятига алоҳида эътибор ажратиш зарур. Суғурта маркетингида руҳий жиҳатлар, умуман олганда, бизнинг замонимизга келиб маҳсулотни ўтказишда муҳим аҳамият касб этувчи мустақил фан сифатида шаклланыпти. Маълумки истемолчиларнинг қизиқишлари нарх, суғурта қопламасининг ҳажми каби объектив омиллар асосида ва иккинчи томондан ҳиссиётлар билан боғлиқ субъектив омиллар асосида шаклланади. Шу сабабли суғурта компанияларининг маркетинг бўлинмалари ўз фаолиятларига руҳшунос мутахассиларни ҳам жалб этадиларки, бу нарса суғурта маҳсулотига истемолчиларни қочирмайдигангина эмас, балки жозибадорлигини ошириб юборадиган шакл беришга ёрдам берадилар. Бир хилдаги суғурта маҳсулотларининг баҳоси турли суғурта компанияларида атиги бир неча фоизга фарқ қиладиган нарх-наво майдонидаги аёвсиз рақобат кураши шароитида, ҳиссиётларга ҳам мурожаат этиш маркетинга тобора каттароқ аҳамият касб этиб бормоқда.

3. Суғурталовчининг рақобатбардошлигини такомиллаштириш йўллари.

Ҳар бир суғурталовчи томонидан амалга ошириладиган суғурта маҳсулоти бозор механизмига мос бўлиши зарур. Чунки ушбу суғурта маҳсулоти сифат жиҳатидан ҳамда бозор дастакларига жавоб бериши жиҳатида юқори бўлиши керак. Шундагина суғурталовчи суғурта бозорида рақобатлаша олишига имконият яратади. Суғурта маҳсулотини сотиб олиш жараёнида деярли ҳамиша харидордан ташқари, яна бошқа шахслар ҳам иштирок этишади:

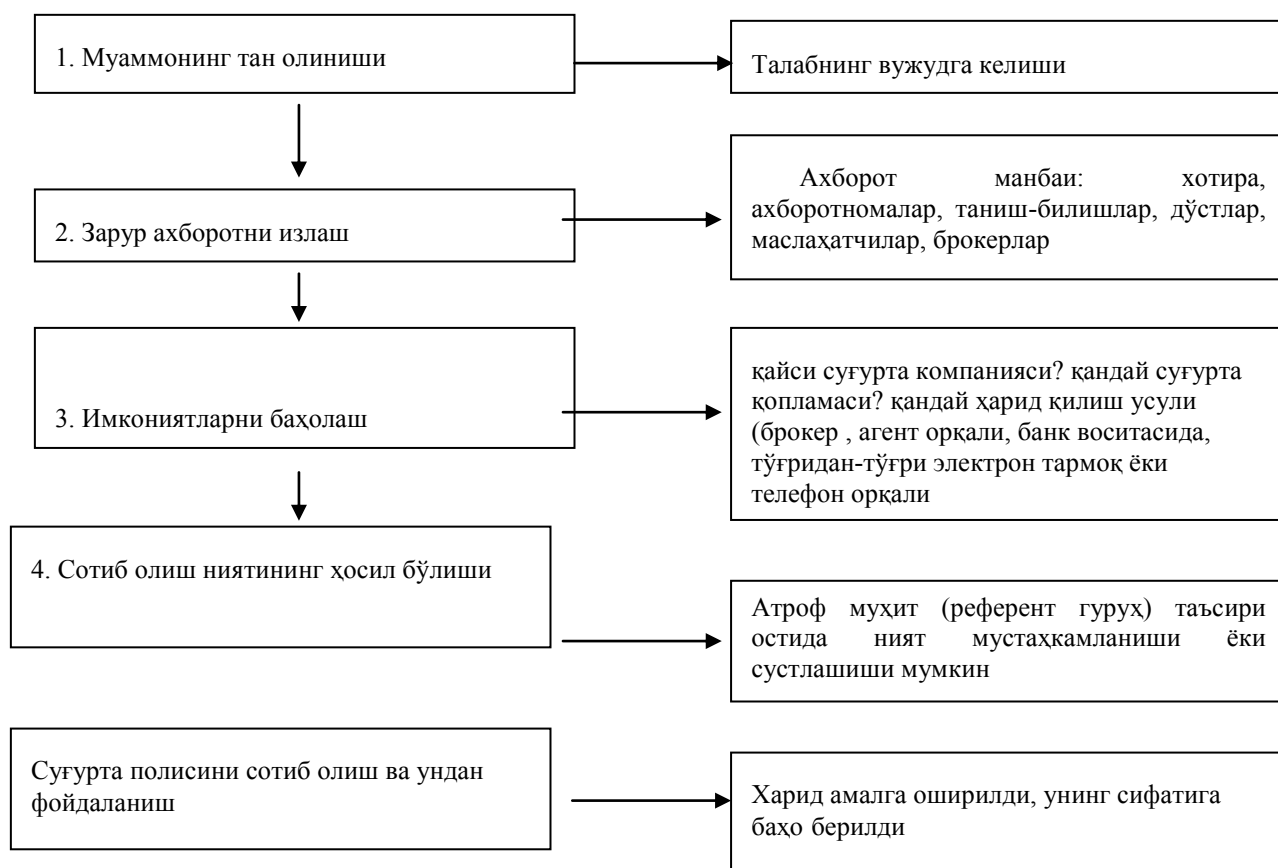
- ташаббускор, яъни суғурта полисини сотиб олиш заруратини белгиловчи шахс; мажбурий суғурталаш ҳолларида (масалан, автофуқаролик жавобгарлиги суғуртасида) ташаббускор сифатида давлат чиқиши ҳам мумкин, харидорнинг ўзи ёки унинг оила аъзоларидан бири, банкир (кредит олиш чоғида ҳаётни суғурталаш ҳолларида), илгари ана шундай суғуртадан фойдаланган таниш билишлар ва ҳ.к. ҳам ташаббускор сифатида юз кўрсатиши мумкин;

- суғурта қопламасининг хусусиятига ва суғурталанувчини танлаш ишига таъсир кўрсата оладиган шахс ёки гуруҳ (рефрент гуруҳлари); буларга, масалан, суғурта брокерини, солиқ маслаҳатчисини, банкирни, суғурта компанияси агентини, қариндошлар, яқин таниш-билишларни киритиш мумкин;

- харидор, яъни суғурта полисига пул тўловчи киши ёки фирма;

- фойдаланувчи – суғурталанувчи шахс ёки гуруҳ;

Суғурта полисини сотиб олиш жараёни ўз ичига сотишдан олдин мавжуд бўладиган бир неча босқични олади (1- расмга қаранг).



Суғурта қопламасини ва уни сотиб олинадиган фирмани танлаш жараёни суғурталанувчининг маданий-маърифий даражасига, суғурта полисини сотиб олиш мақсадига, даромадининг даражасига, атроф муҳит таъсирига бошқа кўплаб омилларга, шу жумладан ижтимоий турдаги омилларга (референтгуруҳларининг таркиби, оила, ижтимоий мавқеи ва мақоми кабиларга) боғлиқ. Айниқса инсоннинг бу борадаги хатти-ҳаракатларига кўп сонли референт гуруҳлари шахсий мулоқот орқали (тўғридан-тўғри) ва бирон восита орқали мулоқот (билвосита) таъсир кўрсатади.

Суғурталанувчининг полисини сотиб олиш вақтидаги ташаббускорлик даражаси турлича бўлиши мумкин ва бу нарса суғурта қопламасини сотиб олишнинг, ёки шундай қилишга мажбур этаётган шарт-шароитларнинг қанчалик муҳимлигини мижоз томонидан қай даржада англаб етилишга боғлиқ. Хусусан, давлат автотранспорт воситаси соҳибини ўзининг учинчи

шахслал одидаги мажбуриятларини суғурталашга, тадбиркорларни эса ўз ишчи-ходимларини бахтсиз ходисадан суғурталашга мажбур этиши мумкин. Банк узоқ муддатли кредит олувчидан ўз ҳаётини суғуртлагани тўғрисидаги полисни, бино эгаси эса ижарачидан жавобгарлик суғуртаси полисини талаб қилиши мумкин. Келтирилган мисолларда суғурталанувчининг ўзи полис сотиб олиш ташаббускори бўлиб чиқмоқда. Аммо кўп ҳолларда (афсуски!) суғурта полисини сотиш ташаббускори бўлиб суғурта қилувчининг ўзи иш олиб боради. Бу нарса аввало суғуртананг кундалик иқтисодий ҳаётда ҳозирча мажбурийлик мақомини олмаган турларига, масалан, бино соҳибининг учинчи шахслар одидаги жавобгарлиги суғуртасига оид. Бундай ҳолда суғурталанувчи суғурта агентларининг ёки суғурта маҳсулотини ўтказиш учун катта куч-ғайрат сарфлаётган бошқа воситачиларнинг қурбонига айланиб қолиши мумкин.

Суғурта қилувчининг коммуникацияларида юқори сифатга эришиш зарурияти тижорат фаолиятига, сотувдан кейинги хизмат кўрсатишга, шунингдек истеъмолчиларга ахборотларни етказишга оид талабларда ўз ифдасини топади. Коммуникациялар сифати тушунчасини мана шу учта ўзак атрофида қуйидаги тарзда аниқлаштириш мумкин.

Тижорат фаолияти:

- мижозларга комплекс, замонавий, техник жиҳатдан мукаммал, мосланувчан, унчалиу қиммат бўлмаган, унинг барча суғурта эҳтиёжларини қондириши мумкин бўлган қопламанинг такли этилиши;
- суғурта қилувчи вакилларининг мижозларга хизмат кўрсатиш, хатарларни тарифлаштириш, суғурта ҳолатларини текшириш бўйича маҳорати ва иш сифати;
- шартнома тузиш ва унинг бутун амал қилиш даврида мижозга ёрдам кўрсатиш;

Сотувдан кейинги хизмат:

- суғурта ҳолатларини текшириш муддатини «мижоз – суғурта қилувчи» сифати тўғрисидаги шартнома доирасида қисқартириш;
- рекламация ва сўровномалар билан иш олиб бориш – суғурталанувчига қисқа муддатларда ёзма жавоб бериш, жавоб мактуби содда ва тушунарли бўлиши шарт, рекламациялар асосида барча хизматлар томонидан ўз аолиятини яхшилаш тадбирлари амалга оширилиши зарур;
- компаниянинг махсус бўлинмалари томонидан суғурталанувчига қўшимча эксперт хизматларини кўрсатиш, уларни тақдим этиш муддатларини қисқартириш;
- агентлик тармоқлари орқали суғурталанувчиларга уларнинг суғурта шартномаларини бошқариш юазсидан кенг қўламли ёрдам курсатиш.

Ахборот хизмати:

- суғурта қилувчи ва суғурталанувчи ўртасида амалдаги шартномалар ва янги ташкил этилаётган суғурта хизматлари тўғрисида доимий ахборот алмашинувини йўлга қўйиш, суғурта қилувчи томонидан берилаётган ахборот содда, аниқ ва маънодор бут;
- мижоз томонидан сотиб олинган қоплама унинг эҳтиёжларига мос эканлигини мунтазам (динамик) текшириб бориш;
- суғурта томонидан тақдим этилган ахборот мижоз томонидан тўлиқ ўзлаштирилганлигини назорат қилиш, шунингдек суғурта қилувчи компаниянинг фирма услубини қандай баҳолаганлигини текшириш;
- агентлик тармоқлари олиб бораётган ахборот бериш фаолиятининг самарадорлиги ва сифатини назорат қилиш, агентларнинг иш тартиби, йўриқномалари ва мезонларини назорат қилиш.

Маълумотлар базасининг ва математик моделларнинг компйутер мажмуи сифат дастурини амалга ошириш ва назорат қилишнинг энг асосий воситаси бўлиб ҳисобланади. Унда суғурта ҳолатларини текшириш ва ҳал этиш бўйича

суғурта қилувчида мавжуд барча услубиятлар мужассам этилган бўлади ва бу жараёни соддалаштириш ва тезлаштириш имконини беради. Бундан ташқари, тизим мижоз билан ахборот алмашинуви тарихини компйутер орқали қадам-бақадам ўрганиш ва ички ахборот оқимини назорат қилиш имконини беради. Ахборот тизими хизмат сифатини кўтариш ва компаниянинг бошқа коммуникациялари сифатини яхшилаш билан бир каторда, суғурта ҳодисаларини ҳал этиш нархининг пасайтирилиши ҳисобига агентлик тармоқларини сақлаб туриш харажатларини камайтириш имконини берди, бу эса ўз навбатида тарифлар даражасининг пасайтирилиши ҳисобига суғурта қилувчининг рақобатбардошлилигига ижобий таъсир кўрсатмоқда.

Бегона шахсларга суғурта маҳсулотини сотиш эса нача мураккаб иш, чунки у агекнтнинг бозорнинг ўз участкасида фаол қатнашиш, мижозларни излаш, екламадан фойдаланиш мажбуриятларини юклайди. Бунда ҳам амалдаги суғурталанувчилар билан ўлгани каби, эҳтимолдаги истеъмолчиларга мактуб жўнатиб, улрда суғурта маҳсулоти тўғрисида кўшимча маълумот олишга қизиқиш уйғотиш мумкин, маҳаллий матбуот орқали чиқишлар, ярмаркаларда, салонларда ўйин ва танловларда иштирок этиш ҳам фойдадан холи бўлмайди. Амалдаги ва эҳтимолдаги мижозларга агент томонидан жўнатиладиган коммуникация номаларининг иккита асосий мавқеи мавжуд. Бу агентлик ходимларининг юксак маҳорат, истеъмолчига яқинилик, хизматларнинг юқори сифати асосида орттирган обрў эътибори бўлиши мумкин. Бошқа томондан, обрў эътибор мақбул нархлардаги суғурта хизматлари турларининг ниҳоятда ранг-баранглигига асосланиши ҳам мумкин. Биринчи коммуникация мавқеи иккинчисига нисбатан афзалроқ, чунки у юксак малкага ва маҳорат даржасига нисбатан истеъмолчиларнинг ҳурмати асосига қурилган. Бошқа томондан, агар суғурта хизматлари жамланмаса бозор талабларига жавоб бермайдиган, нархлар эса рақобатчиларникидан анча баланд бўлса, ҳеч қандай малкаю маҳорат ёрдам беролмайди.

Хулоса

Маълумки, ҳар бир бозор ўз хислати ва фаолияти билан бошқа бозорлардан фарқ қилади. Лекин бозордаги бозор механизми бир хил. Шунинг учун суғурта бозорини асосий иштирокчилари бўлиб суғурталовчи ва суғурталанувчилар ҳисобланади. Ушбу бозорни ривожланишига ёки бозор тенденциясини тушиб кетишига ушбу иштирокчиларни ижобий ёки салбий таъсири бўлади. Шунинг суғурта бозори иштирокчилари ўзларининг тўлиқ ҳуқуқ ва мажбуриятларини билган ҳолда ўз вақтида бажариб борсалар миллий суғурта бозори халқаро суғурта бозорида рақобатлаша олади.

Бугунги кунда миллий суғурта бозори ривожланган лекин халқаро суғурта бозорида иштирок этиб келаётган суғурталовчилар билан рақобатлаша олмайди. Негаки суғурталовчиларнинг молиявий барқарорлиги халқаро суғурталовчиларникидай мустаҳкам эмас. Шунинг бизнинг миллий суғурта бозорида фаолият кўрсатувчи суғурталовчилар халқаро суғурта бозорида рақобатлаша олиши учун қуйидаги ишларни амалга оширишни хулоса қилган ҳолда таклиф этамиз.

1. Биламизки чет мамлакатларда суғурта иши жуда ривожланган. Чунки суғурта бўлган ишонч фуқоролар ўртасида жуда юқори. Негаки уларда суғурталовчилар билан фуқоролар ўртасида суғурта муносабатларини амалга ошири яхши йўлга қўйилган. Масалан; инсонларнинг ҳаёти ва соғилиги суғурталаш яхши йўлга қўйилган яъни ҳаёт суғурта бозори яхши ишламоқда. Шундай экан бизнинг миллий суғурта бозорида ҳаёт суғурта тармоғига оид кўрсатиладиган хизматларни фаоллаштиришимиз керак.

2. Маълумки охириги йилларда суғурта бозорини иштирокчилари яъни суғурталовчилар сони ортиб бормоқда. Лекин улар томонидан кўрсатиладиган суғурта хизматлар сифати баъзи бирларида яхши баъзи бирларида айтилган даражада кўрсатилмаяпти. Бу ўз навбатида суғурталанувчилари суғуртага бўлган ишончга нафрат уйғотмоқда. Шунинг

учун суғурталовчилар сони қисқартириб, қолган қисмини кенгайтирган ҳолда кўрсатиладиган суғурта хизматини сифатини янада ошириш керак.

3. Суғурталашда суғурта тўғрисидаги барча тегишли ишларни кўп ҳолларда суғурта агенти ва брокери томонидан амалга оширилади. Ҳар қандай суғурталанувчи шахс суғурта агенти ва брокерни гапини гап дейди. Шунинг учун суғурта хизматини кўрсатувчи агент ва брокерликни касбий фаолиятини яхши мустаҳкамлаш керак.

4. Суғурта бозорида суғурта маҳсулотлар сонини кўпайтириш ҳар қандай суғурта бозоридаги рақобатни юзага келтиради. Бу ўз навбатида суғурта маҳсулоти таннархини пасайтиради ва суғурта таъриф ставкаларини ҳам пасайишига олиб келади ва суғурталовчилар ўртасида рақобатбардошлигини оширади. Юқорида зикр этилган хулоса ва таклифларни суғурта амалиётига бирин кетинлик билан жорий этсак, бизнинг суғурталовчи компанияларимиз ҳам халқаро бозорларда бемалол рақобатлаша олади деб ўйлайман.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. - Т.: Ўзбекистон, 1994.
2. Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик кодекси - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2003.-496 б.
3. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни «Суғурта фаолияти тўғрисида». - Т.: 2002 йил 5 апрель. «Халқ сўзи» газетаси, 2002 йил 28 май.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 31 январдаги «Суғурта бозорини янада эркинлаштириш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-3022-сон Фармони. «Халқ сўзи» газетаси, 2002 йил 1 февраль.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Суғурта фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 286-сонли Қарори. 1998 йил 8 июль. Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари, 4-илова, - Т.: 2000.
6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекинвест» экспорт-импорт миллий суғурта компаниясини ташкил этиш тўғрисида»ги 113-сонли Қарори. 1997 йил 28 февраль. Ўзбекистон Республикаси Ҳукуматининг Қарорлар тўплами, 1997, 2-сон.
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йил 27 ноябрдаги 413-сонли «Суғурта хизматлари бозорини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 10 апрелдаги “Суғурта хизматлари бозорини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 618-сонли Қарори. “Банк ахборотномаси” 2007 йил 6 июнь.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 24 июндаги “Иш берувчининг фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилиш тўғрисида”ги 177-сонли Қарори.
10. Ўзбекистон Республикасининг “Транспорт воситалари эгаларининг

фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурта қилиш тўғрисида”ги Қонуни.
– Халқ сўзи, 2008 йил 21 апрель.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2008 йил 21 майдаги “Суғурта хизматлари бозорини янада ислоҳ қилиш ва ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида эркинлаштириш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. Халқ сўзи, 2008 йил 22 май.

12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисининг Қарори. “2008 йилда Республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилда иқтисодиётни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим устувор вазифалари тўғрисида”, 2009 йил 13 феврал.

13. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқироzi, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари.Т:Ўзбекистон, 2009.56 б.

14. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш-давр талаби. Президент Ислон Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи, 2009 йил 14 феврал.

15. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш-устувор мақсадимиз. Президент Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи газетаси, 2010 йил 27 январь.

16. КаримовИ.А. Энг асосий мезон-ҳаёт ҳақиқатини аксэттириш.Т.: Ўзбекистон, 2009.24 б.

17. Каримов И. Ислохотлар стратегияси – мамлакатимиз иқтисодий салоҳиятини оширишдир. «Халқ сўзи», 2003 йил 18 февраль.

18. Каримов И. Эришган марраларимизни мустаҳкамлаб, ислохотлар йўлидан изчил бориш-асосий вазифамиз.Халқ сўзи, 2004 йил 10 февраль.

19. Шеннаев Х.М., Суғурта агентлари учун қўлланма. Ўқув қўлланма. - Т.: info COM.UZMЧЖ нашриёти, 2010й.