



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI  
TƏHSİL NAZİRLİYİ



Layihə Avropa İttifaqı  
tərəfindən maliyyələşdirilir



TƏHSİL İNSTİTUTU  
Azərbaycan Respublikasının Təhsil İnstitutu

İxtisasın adı: Sığorta mütəxəssisi



# SIĞORTA BAZARI

Bakı 2020





Bu modul dərş vəsaiti Avropa İttifaqının texniki yardımını çərçivəsində Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyini dəstəkləmək üçün “Azərbaycanda Milli Kvalifikasiya Çərçivəsinin İcrasına Dəstək” (EuropeAid/138339/DH/SER/AZ) layihəsi tərəfindən hazırlanmışdır. Modulda ifadə olunan fikirlər və məlumatlara görə Avropa İttifaqı, Azərbaycan Respublikasının Təhsil Nazirliyi və Təhsil İnstitutu məsuliyyət daşımır.

Modul dərş vəsaiti müvafiq təhsil proqramları (kurikulumlar) üzrə bilik və bacarıqların verilməsi məqsədilə hazırlanmışdır və orta-ixtisas təhsili səviyyəsində müvafiq modulların tədrisi üçün tövsiyə edilir. Modul dərş vəsaitinin istifadəsi ödənişsizdir və kommersiya məqsədi ilə satışı qadağandır.

**Müəllif:** Pərviz Quliyev

**Modul üzrə məsləhətçi:** Aynur Kərimova

© Bakı – 2020

Modulda ifadə olunan fikirlər müəllifə aiddir, istifadə olunmuş fotolar açıq mənbələrdən götürülmüşdür. Antiplagiat və digər tədqiqat etikasının tələblərinin təmin olunması modul müəlliflərinin məsuliyyətidir.



## MÜNDƏRİCAT

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ƏSAS ANLAYIŞLAR .....</b>                                                         | <b>7</b>  |
| <b>GİRİŞ.....</b>                                                                    | <b>9</b>  |
| <b>MODULUN SPESİFİKASIYASI .....</b>                                                 | <b>10</b> |
| <b>TƏLİM NƏTİCƏSİ 1: SIĞORTA BAZARININ NƏDƏN İBARƏT OLDUĞUNU ANLAMAQ....</b>         | <b>11</b> |
| 1.1. Sığorta bazarında təzahür edən əsas göstəriciləri izah edir .....               | 12        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 15        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 16        |
| <b>TƏLİM NƏTİCƏSİ 2: YERLİ SIĞORTA BAZARI VƏ ONUN ƏSAS İŞTİRAKÇILARI</b>             |           |
| <b>HAQQINDA MƏLUMATLI OLMAQ .....</b>                                                | <b>17</b> |
| 2.1. Sığorta bazarının əsas iştirakçılarını təsvir edir .....                        | 18        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 20        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 21        |
| 2.2. Sığortaya əsas müraciət edənlər və sığorta olunanlar barədə məlumatlıdır .....  | 22        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 24        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 25        |
| <b>TƏLİM NƏTİCƏSİ 3: YERLİ SIĞORTA BAZARININ ƏSAS PROBLEMLƏRİNİ VƏ ƏSAS</b>          |           |
| <b>İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİNİ ÖYRƏNMƏK.....</b>                                        | <b>27</b> |
| 3.1. Bazarın inkişafına hansı alətlərin daha effektiv təsir etdiyini izah edir ..... | 28        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 31        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 32        |
| 3.2. Sığorta bazarının mövcud durumunu izah edir .....                               | 33        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 36        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 37        |
| <b>TƏLİM NƏTİCƏSİ 4: QLOBAL VƏ BÖYÜK SIĞORTA BAZARINA MALİK OLAN ÖLKƏLƏR</b>         |           |
| <b>HAQQINDA MƏLUMATLARI ANLAMAQ .....</b>                                            | <b>39</b> |
| 4.1. Dünyanın ən böyük sığorta şirkətlərini tanıyır .....                            | 40        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                     | 43        |
| Qiymətləndirmə.....                                                                  | 44        |
| <b>TƏLİM NƏTİCƏSİ 5: YERLİ SIĞORTA BAZARININ QLOBAL SIĞORTA BAZARINA</b>             |           |
| <b>İNTEQRASIYASINI ANLAMAQ .....</b>                                                 | <b>45</b> |

|                                                                                                                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.1. Yerli sığorta bazarının nə dərəcədə xarici sığorta və təkrarsığorta şirkətləri üçün cəlbedici olduğunu izah edir .....                                            | 46        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                                                                                                       | 48        |
| Qiymətləndirmə .....                                                                                                                                                   | 49        |
| 5.2. Yerli sığorta şirkətləri və qlobal bazarda fəaliyyət göstərən sığorta və təkrarsığorta şirkətləri arasında münasibətlərin formalaşması imkanlarını izah edir..... | 50        |
| Tələbələr üçün fəaliyyətlər.....                                                                                                                                       | 52        |
| Qiymətləndirmə .....                                                                                                                                                   | 53        |
| <b>CAVABLAR.....</b>                                                                                                                                                   | <b>54</b> |
| <b>ƏDƏBİYYAT SİYAHISI .....</b>                                                                                                                                        | <b>55</b> |

## ƏSAS ANLAYIŞLAR

**Anderrayter** – sığorta riskini qiymətləndirən mütəxəssis

**Anderrayting** – sığorta müqaviləsinin bağlanması, sığorta tarifi və sığorta haqqı barədə qərarlar qəbul etmək üçün sığortalının səhhəti, maliyyə imkanları, sığortalanan əmlakın vəziyyəti və digər bu kimi amillərin – sığorta risklərinin qiymətləndirilməsi üzrə sığortaçının (onun mütəxəssisinin və ya nümayəndəsinin) istifadə etdiyi üsul və metodların, habelə hərəkətlərinin məcmusu.

**Faydalanan şəxs** – sığorta hadisəsi baş verdikdə sığorta ödənişini almaq hüququ olan şəxs.

**Qeyri-maliyyə riskləri** – baş verən hadisə nəticəsində dəymiş ziyanın pul vahidində ölçülməsi mümkün olmayan risklər.

**Könüllü sığorta** – sığorta müqaviləsinin tərəflərinin iradə azadlığından asılı olaraq həyata keçirilən və əsas şərtlərinin sığorta müqaviləsində müəyyən edilməsini nəzərdə tutan sığorta.

**Maliyyə riskləri** – baş verən hadisə nəticəsində dəymiş ziyanın pul vahidində ölçülməsi mümkün olan risklər.

**Təkrar sığorta** – sığortaçının sığortaladığı riskləri müqavilə əsasında tam və ya qismən digər sığortaçı (təkrar sığortaçı) ilə bölüşdürməsi və ya ona ötürməsi.

**Sığorta** – fiziki və ya hüquqi şəxsə dəymiş zərərin ödənilməsi üçün vasitə.

**Sığortaçı** – sığorta xidmətini təqdim edən sığorta şirkəti.

**Sığortalı** – müəyyən sığorta obyektinin sığorta etdirilməsində sığorta marağı olan və müvafiq sığorta müqaviləsinin tərəfi olan fəaliyyət qabiliyyətli və hüquq qabiliyyətli şəxs və ya sığorta olunan və ya sığorta xidmətindən yararlanan şəxslər.

**Sığorta haqqı** – sığorta təminatının əldə edilməsi üçün sığortalının sığorta müqaviləsində nəzərdə tutulan məbləğdə və qaydada sığortaçıya ödədiyi məbləğ.

**Sığorta ödənişi** – sığorta olunanın sığorta hadisəsinin baş verməsindən əvvəlki maliyyə vəziyyətinə qaytarılması üçün sığortaçı tərəfindən sığorta müqaviləsinin şərtlərinə uyğun olaraq ona və (və ya) digər faydalanan şəxsə ödənilən maliyyə kompensasiyası.

**Sığorta məbləği** – sığortaçının sığorta müqaviləsi üzrə öhdəliyinin həmin müqavilədə razılaşdırılmış son həddi.

**Sığorta tarifi** – sığorta haqqının hesablanması üçün sığorta predmetinin və sığorta riskinin xarakteri nəzərə alınmaqla sığorta məbləği vahidinə tətbiq edilən müvafiq dərəcə.

**Sığorta müqaviləsi** – sığortaçının sığorta haqqı müqabilində sığortalıdan müəyyən riskləri qəbul etmək və ya belə riskləri onunla bölüşmək razılığının ifadə edildiyi yazılı razılaşma.

**Sığorta vasitəçisi** – sığorta və ya təkrar sığorta müqavilələrinin bağlanması, yenilənməsində və ya davam etdirilməsində həmin müqavilənin tərəflərindən birini təmsil etməklə müvafiq lisenziya əsasında ona vasitəçilik xidməti göstərən şəxs.

**Sığorta təminatı** – müəyyən risklərə qarşı sığorta müqaviləsi ilə verilən maliyyə müdafiəsinin həcmi.

**Sığorta fondu** – zərərlərin ödənişi üçün nəzərdə tutulmuş maddi və pul vəsaitlərinin ehtiyatı.

**Sığorta ehtiyatı** – sığorta ödənişlərini həyata keçirmək üçün sığortaçının öhdəliklərinin təminatı kimi formalaşdırdığı pul vəsaitlərinin hesablanmış miqdarı.

**Sığorta obyektı** – sığortalının və ya sığorta olunanın qanunazidd olmayan hər hansı əmlak mənafeyi və ya onun həyatı, sağlamlığı, əmək qabiliyyəti və ya pensiya təminatı ilə bağlı maraqlar.

**Sığorta penetrasiyası (penetration)** – Hər hansı bir coğrafi məkanda (ölkədə) yaşayan əhali arasında sığorta məhsullarının pul ekvivalentində adambaşına düşən payını göstərir və sığorta yığımlarının illik həcminə uyğun olaraq hər il dəyişə bilər.

**Satış strategiyası** – təqdim olunan malın və ya xidmətin bazarda satılması və mənfəət əldə olunması üçün görməli olduğumuz fəaliyyətlərinə əsaslandırılmış şəkildə yerinə yetirilməsi.

**ÜDM (ümumi daxili məhsul)** – bir il ərzində ölkə daxilində fəaliyyət göstərən yerli və xarici şirkətlər tərəfindən istehsal olunmuş malların və xidmətlərin məcmu bazar dəyəri.

**Yenilənmə** – sığorta müqaviləsinin müddəti başa çatdıqda müqavilənin yeni müddətə qüvvəsinin artırılması.



## GİRİŞ

### Hörmətli oxucu!

Sığorta şirkətinin fəaliyyətinin düzgün qurulması üçün savadlı və peşəkar mütəxəssislərin yetişdirilməsi tədris müəssisələrinin qarşısında duran vacib məsələlərdən biridir. Bu modulun hazırlanması həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan tələbələrə sektorun tələblərinə uyğun hazırlamaq məqsədi daşıyır.

*“Sığorta bazarı”* modulu tələbələrə həm daxili, həm də xarici sığorta bazarları haqqında geniş məlumat verir. Bu modul *5 təlim nəticəsindən* ibarətdir və hər bir təlim nəticəsində müxtəlif meyarlar ətrafı şəkildə izah olunmuşdur.

*“Sığorta bazarının nədən ibarət olduğunu anlamaq”* üzrə təlim nəticəsində sığorta mütəxəssisi şirkətin satış strategiyasının düzgün qurulması üçün sığortaçı tərəfindən sığorta bazarının öyrənilməsinin vacibliyini başa düşür və “sığorta nədir və sığortaya qəbul edilən əsas risklər hansılardır?” sualına cavabın nədən ibarət olduğunu dərk edir. Bununla yanaşı, sığortanın fiziki və hüquqi şəxslərə dəymiş ziyanın aradan qaldırılması üçün bir vasitə olduğunu öyrənir.

*“Yerli sığorta bazarı və onun əsas iştirakçıları haqqında məlumatlı olmaq”* üzrə təlim nəticəsində sığorta mütəxəssisi sığorta bazarının əsas iştirakçıları olan sığorta şirkətlərini, təkrar sığorta şirkətləri, sığorta agentləri, sığorta brokerləri, o cümlədən təkrar sığorta brokerləri, qiymətləndirmə şirkətləri və s. öyrənir.

*“Yerli sığorta bazarının əsas problemlərini və əsas inkişaf perspektivlərini anlamaq”* üzrə təlim nəticəsində sığorta mütəxəssisi “bazarın inkişafına necə nail olmaq olar?” sualına necə cavab verməyi öyrənir və bu məqsədlə bazarın daimi əsasda araşdırılmalı olduğunu, inkişafa mane olan məqamları üzə çıxarmağın vacibliyini və onların həlli istiqamətində öz töhfəsini verməli olduğunu dərk edir.

*“Qlobal sığorta bazarı və ən böyük sığorta bazarı olan ölkələr haqqında məlumatları anlamaq”* üzrə təlim nəticəsində sığorta mütəxəssisi yerli və qlobal sığorta bazarlarını fərqləndirən əsas cəhətlərin nədən ibarət olduğunu dərk edir və “sığorta mədəniyyəti” haqqında əsas məlumatları öyrənir.

*“Yerli sığorta bazarının qlobal sığorta bazarına inteqrasiyasını anlamaq”* üzrə təlim nəticəsində sığorta mütəxəssisi yerli sığorta bazarının qlobal sığorta bazarlarına olan inteqrasiyası və bu istiqamətdə fəaliyyətin nədən ibarət olduğunu dərk edir.

Əziz təhsilalanlar! Unutmayın ki, gələcək fəaliyyətinizin yüksək səviyyədə qurulmasının əsası sizə təqdim edilən materialların həm nəzəri, həm də praktiki mənimsənilməsindən çox asılıdır. Bu modulun orta-ixtisas təhsili müəssisələrində dərs vəsaiti kimi istifadə edilməsi məqsəduyğun və əhəmiyyətli hesab edilir.

**MODULUN SPESİFİKASIYASI**

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Modulun adı:</b>                                                                    | Sığorta bazarı                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Modulun kodu:</b>                                                                   | SS-2020-04                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Modulun ümumi məqsədi:</b>                                                          | <i>Təhsilalan bu modulu uğurla tamamladıqdan sonra sığorta bazarının nədən ibarət olduğunu, yerli sığorta bazarının əsas problemlərini və əsas inkişaf perspektivlərini, yerli sığorta bazarının qlobal sığorta bazarına integrasiyasını biləcək.</i>                                    |
| <b>Təlim (öyrənmə) nəticəsi</b>                                                        | <b>Qiymətləndirmə meyarları</b>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1. Sığorta bazarının nədən ibarət olduğunu anlamaq                                     | ➤ Sığorta bazarında təzahür edən əsas göstəriciləri izah edir.                                                                                                                                                                                                                           |
| 2. Yerli sığorta bazarı və onun əsas iştirakçıları haqqında məlumatlı olmaq            | ➤ Sığorta bazarının əsas iştirakçılarını təsvir edir;<br>➤ Sığortaya əsas müraciət edənlər və sığorta olunanlar barədə məlumatlıdır.                                                                                                                                                     |
| 3. Yerli sığorta bazarının əsas problemlərini və əsas inkişaf perspektivlərini anlamaq | ➤ Bazarın inkişafına hansı alətlərin daha effektiv təsir etdiyini izah edir;<br>➤ Sığorta bazarının mövcud durumunu izah edir.                                                                                                                                                           |
| 4. Qlobal və böyük sığorta bazarına malik olan ölkələr haqqında məlumatları anlamaq    | ➤ Dünyanın ən böyük sığorta şirkətlərini tanıyır.                                                                                                                                                                                                                                        |
| 5. Yerli sığorta bazarının qlobal sığorta bazarına integrasiyasını anlamaq             | ➤ Yerli sığorta bazarının nə dərəcədə xarici sığorta və təkrar sığorta şirkətləri üçün cəlbedici olduğunu izah edir;<br>➤ Yerli sığorta şirkətləri və qlobal bazarda fəaliyyət göstərən sığorta və təkrar sığorta şirkətləri arasında münasibətlərin formalaşması imkanlarını izah edir. |

# TƏLİM NƏTİCƏSİ 1

SIĞORTA BAZARININ  
NƏDƏN İBARƏT  
OLDUĞUNU ANLAMAQ

### 1.1. Sığorta bazarında təzahür edən əsas götürücüləri izah edir

Sığorta şirkətinin fəaliyyətinin, eləcə də, şirkətin satış strategiyasının düzgün qurulması məqsədi ilə sığorta bazarının öyrənilməsi çox vacibdir. Sığorta bazarını öyrənmək məqsədilə, sığortanı düzgün başa düşmək və bazarda baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya verməyi bacarmaq vacibdir. Buna görə də ilk olaraq, fəaliyyətin düzgün tənzimlənməsi üçün sığortaçının qarşısında duran əsas tapşırıqlardan biri “sığorta nədir və sığortaya qəbul edilən əsas risklər hansılardır?” sualına cavab tapmaqdan ibarətdir.

Sığortaya maliyyə sektorunun vacib sahəsi kimi deyil, məişət səviyyəsində yanaşıldığı təqdirdə, onu hər birimizin gündəlik həyatında rastlaşdığımız risklərdən müdafiə sistemi kimi qəbul etməli olarıq. Daha qısa şəkildə izah edilərsə, sığorta fiziki və hüquqi şəxslərə dəymiş ziyanın aradan qaldırılması üçün bir vasitədir. Bu, o deməkdir ki, sığortadan həm fiziki, həm də hüquqi şəxslər yararlanırlar. Sığortaya ancaq o riskləri qəbul etmək olar ki, həmin risklərlə bağlı hadisələr baş verdikdə, hadisə nəticəsində dəymiş ziyanı pul ekvivalentində ölçmək mümkün olsun. Belə riskləri beynəlxalq sığorta institutları (məsələn, Cİİ – Chartered Institute of Insurers) maliyyə riskləri də adlandırırlar.

Sığorta riski əsasında hadisə baş verdikdə dəymiş ziyanın pulla ölçülməsi mümkün olmadıqda, belə risklər qeyri-maliyyə riskləri adlanır və bu kimi risklər sığortaya götürülmür (məsələn, ailə qurduqda düzgün seçim etməməyin nəticəsində bir müddətdən sonra cütliyəün ayrılması nəticəsində tərəflərə dəymiş ziyan və ya dostla bərabər keçirilmiş tətildən ləzzət almamaq və s.). Deməli, buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, sığortaya ancaq maliyyə riskləri götürülə bilər.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, sığorta bir biznes sferası olaraq, öz fəaliyyətində mütləq qaydada “təsadüfilik” prinsipinə arxalanmalıdır. Yəni, sığorta şirkətinin sığortaladığı risklə bağlı gələcəkdə ehtimal olunan hadisə ancaq və ancaq təsadüfdən baş verməlidir. Bu o deməkdir ki, hadisənin baş verəcəyi yer, məkan, vaxt, şərait, səbəb və s. əvvəlcədən heç kimə bəlli olmalı deyil. Bu hal bəlli olduqda və ya əvvəlcədən düşünülmüş şəkildə baş verdikdə, sığorta hadisəsi kimi deyil, sığorta fırıldığı kimi qiymətləndirilir.

Bütün dünya ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanın da sığorta bazarı ölkədə mövcud olan maliyyə bazarının ayrılmaz tərkib hissəsidir (Şəkil 1.1). Sığorta bazarı dedikdə, ilk olaraq sığorta şirkətləri, onların təklif etdiyi sığorta məhsulları və həmin sığorta məhsullarının satışından əldə olunan sığorta haqlarının cəmi göz qabağına gəlir. Eyni zamanda sığorta şirkətləri ilə yanaşı, təkrarsığorta şirkətləri və onların topladıqları təkrar sığorta mükafatları da sığorta bazarının formalaşmasında əhəmiyyətli dərəcədə rol oynayır.



Şəkil 1.1. Sığorta bazarı və sığorta məhsulları

Bu gün qlobal sığorta bazarının vəziyyətinə diqqət etsək görürük ki, ildən-ilə qlobal

sığorta bazarında vəziyyət dəyişir, daha ciddi və dayanıqlı sığorta bazarları formalaşır və inkişaf etməkdə olan ölkələrin sığorta bazarları maraqlı tendensiyalar nümayiş etdirirlər, xüsusilə Çin, Hindistan, Rusiya, Braziliya kimi ölkələrin sığorta bazarı sürətlə inkişaf edir.

Sığorta bazarını səciyyələndirən bəzi meyarlar var ki, bu kimi göstəricilərin az və ya çox olması sığorta bazarının proqressivlik səviyyəsindən xəbər verir. Məsələn, sığorta bazarında toplanmış illik sığorta haqlarının ölkə ÜDM-də (ümumi daxili məhsul) olan payı faizlə ölçülür və yüksək göstəricilər sığorta bazarının inkişaf səviyyəsinə işarə edir. Məsələn, ABŞ, Böyük Britaniya, Çin, Fransa, Almaniya, Yaponiya, Kanada, Niderland, Braziliya, Tayvan, Cənubi Koreya və s. kimi ölkələrdə bu göstəricilər 4-10% arasında dəyişə bilər.

Başqa bir göstərici isə ölkədə adam başına düşən sığorta haqqının həcmidir. Məsələn, 2018-ci ildə Azərbaycanda toplanmış sığorta haqlarının cəminin 728 milyon manat təşkil etməsini və ölkə əhalisinin sayının 10 milyon nəfər olmasını nəzərə alaraq, demək olar ki, adambaşına düşən sığorta haqqı:  $728.000.000/10.000.000=72.8$  manat təşkil edir. Bu termin ingiliscə "penetration" adlanır, bəzi Azərbaycan dilli mənbələrdə ifadə olduğu kimi qeyd olunur və ya "penetrasiya" kimi səslənir.

Qeyd etmək lazımdır ki, sığorta xidmətləri inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında aparıcı sektorlar sırasında gedir və iqtisadiyyatda ciddi şəkildə dəyər yaradan sahələrdən hesab olunur. Sığorta sektoru xidmət sahəsi olaraq, cəmiyyəti daimi əsasda xoşagəlməz və arzuolunmaz hadisələrdən yaranacaq zərərlərdən qoruyur. İnkişaf etmiş ölkələrdə insanlar digər cəmiyyətlərdən fərqli olaraq, müxtəlif zərərlərin ola bilməsi ehtimalını dərk edərək sığortaya könüllü şəkildə müraciət edirlər. Aparıcı ölkələrdən olan sığorta ekspertləri sığorta bazarının inkişafını və ya konkret hər hansı bir ölkənin sığorta bazarının həcmi ölkə ÜDM-də olan payının faiz nisbətilə nə qədər az və ya çox olmasının həmin ölkənin sığorta bazarının inkişafı ilə, eyni zamanda ölkə vətəndaşlarının sığortaya olan münasibəti ilə birbaşa əlaqələndirirlər. Deyilənləri sığorta bazarının inkişaf etmiş olduğu ölkələrin sığorta yığımlarından da görmək mümkündür (Cədvəl 1.1).

| Sıra sayı | Ölkə            | Qeyri-həyat (mln. ABŞ dolları) 2015 | Həyat (mln. ABŞ dolları) 2015 | Cəmi (mln. ABŞ dolları) 2015 | Dünya sığorta haqlarında payı (faizlə) 2015 | Ölkə əhalisinin sayı (mln. nəfər) 2015 | Ölkə ÜDM-sinin həcmi (mlrd. ABŞ dolları) 2015 |
|-----------|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1.        | ABŞ             | 763766,0                            | 552506,0                      | 1316721,0                    | 28,90                                       | 324,1                                  | 18 036,6                                      |
| 2.        | Yaponiya        | 105891,0                            | 343816,0                      | 449707,0                     | 9,88                                        | 126,3                                  | 4 123,2                                       |
| 3.        | Çin             | 175737,0                            | 210763,0                      | 386 500,0                    | 8,49                                        | 382,3                                  | 11007,7                                       |
| 4.        | Böyük Britaniya | 105685,0                            | 214492,0                      | 3 0 176,0                    | 7,03                                        | 65,1                                   | 2 858,0                                       |
| 5.        | Fransa          | 80 402,0                            | 150143,0                      | 230 545,0                    | 5,06                                        | 64,7                                   | 2 418,8                                       |
| 6.        | Almaniya        | 116538,0                            | 96 725,0                      | 213 263,0                    | 4,68                                        | 80,7                                   | 3 363,4                                       |
| 7.        | İtaliya         | 40 189,0                            | 124848,0                      | 165 037,0                    | 3,62                                        | 59,8                                   | 1 821,5                                       |
| 8.        | Cənubi Koreya   | 55 402,0                            | 98 218,0                      | 153 620,0                    | 3,37                                        | 50,5                                   | 1 377,8                                       |
| 9.        | Kanada          | 65637,0                             | 49331,0                       | 114968,0                     | 2,52                                        | 36,3                                   | 1 550,5                                       |
| 10.       | Tayvan          | 16 352,0                            | 79 627,0                      | 95 979,0                     | 2,11                                        | 23,4                                   | 528,0                                         |

Cədvəl 1.1.2015-ci il ərzində dünyanın ən böyük sığorta bazarlarının yığımları

Azərbaycan iqtisadiyyatını və sığorta bazarını inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatı ilə deyil, keçmiş sosialist düşərgəsindən olan şərq Avropa ölkələri ilə müqayisə etdikdə, görürük ki, bu ölkələrin çoxunda sığorta bazarının ÜDM-dəki payı 2% və ya daha çoxdur. Azərbaycanın 2019-cı ilin nəticəsinə uyğun olaraq, sığorta bazarının toplam yığımlarının 680 milyon manat və ÜDM həcmnin 81,7 milyard manat təşkil etdiyini nəzərə alaraq sığorta yığımlarının ÜDM-də olan payının 0,8% təşkil etdiyi qənaətinə gəlmək olar.

Qərbi Avropa və inkişaf etmiş digər ölkələrdə isə bu rəqəm əsasən 4%-dən 11%-dək dəyişir, o cümlədən Tayvanın sığorta bazarı ölkə ÜDM-in 18%-ni təşkil edir. Tayvanın ÜDM-in 2015-ci ilin sonuna 528 milyard dollar və sığorta bazarının 96 milyard dollar civarında olması nəzərə alınarsa, bu rəqəmin ən yüksək göstərici olduğu bir daha təsdiqlənmiş olar.

Qeyd etmək lazımdır ki, inkişaf etmiş sığorta bazarlarında toplanan ümumi sığorta yığımlarının strukturu, həyat və qeyri-həyat arasında 20:80, 25:75, 30:70, 35:65, 40:60 faiz nisbətində, əsasən həyat sığortasının xeyrinə dəyişir. Həyat sığortasının ümumi sığorta yığımlarında üstünlük təşkil etməsi bir daha ondan xəbər verir ki, inkişaf etmiş ölkələrin vətəndaşlarının pensiya təminatı daha dayanıqlı və fundamentaldir. Bu isə həmin ölkələrin daha çox sosial yönümlü olmasının nəticəsidir və təqaüddə olan vətəndaşlar həyat sığortası hesabına kifayət qədər maliyyə baxımından təminatlıdırlar. Bu göstərici hal-hazırda Azərbaycanda qeyri-həyat sığortasının xeyrinədir. Həyat sığortasının başlanğıcı illərində bu rəqəm, yəni həyat sığortası yığımları ümumi yığımların 10%-ni təşkil edirdi. Son 5 ildə həyat sığortasının artması hesabına və xüsusilə könüllü həyat sığortası məhsulu olan "həyatın yaşam sığortası" məhsulunun tanınması hesabına bu rəqəm Təlim Nəticəsi 3, Cədvəl 3.1-də göstərildiyi kimi illər ərzində artmışdır.



### **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Sığorta bazarının Ümumi Daxili Məhsulda (ÜDM) payının müəyyən olunmasını izah edin və misallarla göstərin. Fikrinizi əsaslandırın.
2. Sığorta bazarının təzahür edən əsas göstəricilərini qısa şəkildə ifadə edin.



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Sığorta bazarının təzahür edən əsas göstəricilərini izah edir”.**

1. Azərbaycan sığorta bazarının həcmnin 2018-ci ildə 728 milyon manat, ölkə ÜDM-nin 78 milyard manat olduğunu nəzərə alaraq sığorta bazarının ÜDM-də payını hesablayın:

- A) 0,6%;
- B) 1,2 %;
- C) 0,9%.

2. Niderlandın əhalisinin 17 milyon nəfər, sığorta bazarının həcmnin 95 milyard avro olduğunu nəzərə alaraq, ölkədə adambaşına düşən sığorta haqlarının həcmi hesablayın:

- A) 4800 avro;
- B) 4200 avro;
- C) 5588 avro.



# TƏLİM NƏTİCƏSİ 2

**YERLİ SIĞORTA BAZARI  
VƏ ONUN ƏSAS  
İŞTİRAKÇILARI  
HAQQINDA MƏLUMATLI  
OLMAQ**

## 2.1. Sığorta bazarının əsas iştirakçılarını təsvir edir

Sığortaçının fəaliyyətinin düzgün qurulması və başlıca olaraq, sığorta şirkətinin satış strategiyasının uğurlu olması məqsədilə sığortaçı tərəfindən bazar iştirakçılarının tanınması və onlarla qarşılıqlı fəaliyyətin tənzimlənməsi prioritet məsələlərdən hesab olunur. Sığorta bazarının əsas iştirakçıları dedikdə ilk növbədə sığorta şirkətləri nəzərdə tutulur (Şəkil 2.1). Bununla yanaşı, təkrarsığorta şirkətləri, sığorta agentlikləri, sığorta brokerləri, o cümlədən təkrarsığorta brokerləri, qiymətləndirmə şirkətləri və s. sığorta bazarının əsas



**Şəkil 2.1. Sığorta bazarının əsas iştirakçıları**

iştirakçılarıdır. Göstərilən bütün iştirakçıların hər biri tənzimləyici orqandan lisenziya almalıdır. Bununla da, müvafiq tənzimləyici orqan da sığorta bazarının əsas iştirakçılarından hesab olunur. Eyni zamanda, sığorta şirkətlərinin müştəriləri olan istər fiziki, istərsə də hüquqi şəxslər sığorta bazarının iştirakçısı qismində çıxış edirlər. Bununla yanaşı sığorta bazarı dedikdə, ölkə ərazisində il ərzində toplanan sığorta haqlarının cəmi də nəzərdə tutulur (məsələn, 2016-cı ildə Azərbaycanın sığorta bazarı 485 milyon manat təşkil etmişdir və s.). Bu rəqəmlər hər il sığorta şirkətləri tərəfindən ilin sonunda rəsmi olaraq açıqlanır və hesabat şəklində tənzimləyici orqana digər hesabatlarla birlikdə təqdim olunur.

Aşağıdakı Cədvəl 2.1-dən göründüyü kimi, 2018-ci ildə Azərbaycan sığorta bazarında 21 sığorta şirkəti fəaliyyət göstərmişdir. Bunlardan 3-ü həyat sığorta şirkəti, 18-i qeyri-həyat sığorta şirkəti, 1-i isə yerli təkrarsığorta şirkəti olmuşdur. Şirkətlərin real adları, onların faktiki yığımları və fəaliyyətləri ilə bağlı məlumatları yerli internet portallarından əldə etmək olar ([www.fed.az](http://www.fed.az), [www.fins.az](http://www.fins.az), [www.marja.az](http://www.marja.az)).

Göstərilən şirkətlərin fəaliyyəti nəticəsində 2018-ci ilin sonuna toplanmış sığorta haqlarının həcmi Cədvəl 2.1-dən görmək mümkündür.

| Sıra<br>sayı | Şirkətin adı | 2018-ci ilin sonuna toplanmış<br>sığorta haqları, manatla |
|--------------|--------------|-----------------------------------------------------------|
| 1.           | "SŞ-001"     | 264 988 443                                               |
| 2.           | "SŞ-002"     | 128 007 036                                               |
| 3.           | "SŞ-003"     | 60 107 412                                                |
| 4.           | "SŞ-004"     | 43 388 919                                                |
| 5.           | "SŞ-005"     | 36 805 802                                                |
| 6.           | "SŞ-006"     | 25 769 14                                                 |
| 7.           | "SŞ-007"     | 22 437 547                                                |
| 8.           | "SŞ-008"     | 20 029 66                                                 |
| 9.           | "SŞ-009"     | 18 600 715                                                |
| 10.          | "SŞ-010"     | 17 003 256                                                |

| Sıra<br>sayı | Şirkətin adı | 2018-ci ilin sonuna toplanmış<br>sığorta haqları, manatla |
|--------------|--------------|-----------------------------------------------------------|
| 11.          | "SŞ-011"     | 16 557 412                                                |
| 12.          | "SŞ-012"     | 15 897 041                                                |
| 13.          | "SŞ-013"     | 14 495 983                                                |
| 14.          | "SŞ-014"     | 13 169 698                                                |
| 15.          | "SŞ-015"     | 12 930 742                                                |
| 16.          | "SŞ-016"     | 8 138 666                                                 |
| 17.          | "SŞ-017"     | 5 836 834                                                 |
| 18.          | "SŞ-018"     | 1 758 949                                                 |
| 19.          | "SŞ-019"     | 1 024 453                                                 |
| 20.          | "SŞ-020"     | 743 651                                                   |
| 21.          | "SŞ-021"     | 262 744                                                   |
|              | <b>Cəmi:</b> | <b>727 954 110</b>                                        |

**Cədvəl 2.1. Azərbaycan sığorta bazarında fəaliyyət göstərən sığorta şirkətlərinin 2018-ci ilin sonuna yığımları**



## **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Sığorta bazarının əsas iştirakçıları olan sığorta şirkətlərindən 2018-ci ildə ən çox sığorta haqqı toplayan 10 ən böyük sığorta şirkətlərini internet resurslarından tapın və Cədvəl 2.1-ə uyğun olaraq onların il ərzində bütün sığorta şirkətləri tərəfindən toplanmış sığorta yığımlarında olan payını faiz dərəcəsi ilə hesablayın.
2. Sığorta bazarının iştirakçıları arasında sığorta şirkətlərindən başqa daha kimlər var? Onlar haqqında nələri bilirsiniz?



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Sığorta bazarının əsas iştirakçılarını təsvir edir”**

1. Sığorta bazarının əsas iştirakçıları hesab olunurlar:

- A) Sığorta şirkətləri;
- B) Sığorta məhsullarını satan kredit təşkilatları;
- C) Lizing şirkətləri.

2. 2020-ci ilin əvvəlinə Azərbaycan sığorta bazarında neçə yerli təkrarsığorta şirkəti fəaliyyət göstərir?

- A) 1
- B) 2;
- C) 3.

## 2.2. Sığortaya əsas müraciət edənlər və sığorta olunanlar barədə məlumatlıdır

Sığorta bazarının vəziyyətindən xəbərdar olmaq və əsasən müştəri bazasının formalaşması prosesində düzgün qərarların verilməsini anlamaq üçün “sığortaya əsas müraciət edənlər və sığorta olunanlar kimlərdir?” sualına cavab vermək lazımdır (Şəkil 2.2).

Hazırda Azərbaycanın sığorta bazarı demək olar ki, inkişaf prosesinin başlanğıc mərhələsindədir. Yəni, bu günkü sığorta bazarının və ölkə iqtisadiyyatının potensialının mövcud durumdan dəfələrlə yuxarı olmasına

baxmayaraq, 2015-ci ildən etibarən yerli bazarda bəzi sığorta məhsullarının satışında geriləmə müşahidə olunmaqdadır. Buna müxtəlif obyektiv səbəblər təsir edir: sığorta məhsullarından əhəlinin böyük əksəriyyətinin xəbərsiz olması, əhalidə sığorta şirkətlərinə olan inamsızlıq, icbari sığorta növlərinin az olması, mövcud icbari sığorta məhsullarının satışı üzrə nəzarət mexanizmlərinin kifayət qədər olmaması və s..

Dünya sığorta ekspertlərinin rəyinə görə, sabit iqtisadiyyata malik ölkələrdə ÜDM-in minimum 2%-ni sığorta yığımları təşkil etməlidir. Müqayisə üçün qeyd etmək olar ki, Azərbaycanda bu göstərici 0,8% həcmində olmasına baxmayaraq, şərq Avropa ölkələrində bu göstərici 2%-dən başlayır. Qərbi Avropa ölkələrində isə bu göstərici daha yüksəkdir. Məsələn, Fransa, Almaniya, Hollandiya və s. kimi inkişaf etmiş ölkələrdə bu göstərici 6-8% arasında dəyişir. Avropanın ən böyük sığorta bazarı olan Böyük Britaniyada isə bu göstərici 10% civarındadır.

Azərbaycan sığorta bazarında toplanan qeyri-həyat sığorta məhsulları üzrə mükafatlar əsasən icbari sığorta növlərinin, qismən isə könüllü sığorta növlərinin hesabına formalaşır. Həyat sığorta bazarında isə bu nisbət demək olar ki, 50/50 nisbətindədir. Yerli sığorta bazarını formalaşdıran əsas sığorta məhsulları aşağıdakılardır (bunların içərisində könüllü, eyni zamanda “yarı-icbari” məhsullar da var):

- Qeyri-həyat sığortası üzrə bazarda əsas satılan məhsul avtomobilin icbari sığortasıdır ki, bu da həmin məhsulun satışı üzrə mövcud nəzarət mexanizminin olması ilə əlaqədardır. Hər bir avtomobil texniki baxışdan keçdikdə Dövlət Yol Polisi tərəfindən bu sığorta növü tələb edilir, eyni zamanda avtomobil yolda olduğunda bu sənəd tələb olunur. Avtomobilin könüllü kasko sığortası məhsulu isə əsasən banklarda satılır. Başqa sözlə desək, müştəri avtomobili kreditə aldığından banklar həmin avtomobilin könüllü sığortalanmasını tələb edirlər;
- Könüllü tibbi sığorta məhsulunun əsas alıcıları böyük və imkanlı kommersiya şirkətləridir, dövlət təşkilatları bu məhsula o qədər maraq göstərmirlər, baxmayaraq ki, bəzi dövlət təşkilatları bu məhsulun daimi alıcısıdır. İcbari tibbi sığorta məhsulu isə hələlik sınaq mərhələsindədir, 2019-cu ilin yanvar ayından tətbiqi gözlənilir;



Şəkil 2.2. Sığortaya müraciət edənlər

- Əmlakın icbari sığortası məhsuluna əsasən kommersiya obyektlərinin sahibləri müraciət edirlər, evlərin və mənzillərin sahiblərinə gəldikdə isə onlar icbari əmlak sığortasına ya alqı-satqı vaxtı, ya da əmlakın bankda girova qoyulması zamanı notarius xidməti tərəfindən cəlb olunurlar;
- Əmlakın könüllü sığortasına müraciət edənlər əsasən böyük kommersiya obyektlərinin (istehsal müəssisələri, hotellər, ticarət mərkəzləri, biznes mərkəzləri və s.) sahibləridir. Yaşayış evlərinin və mənzillərin könüllü sığortası daha çox həmin əmlakın bankda girov qoyulması zamanı baş verir;
- Səyahət sığortasını daha çox Şengen müqaviləsi ölkələrinə səfər edənlər alır ki, bu da həmin ölkə səfirliklərinin viza xidməti tərəfindən tələb olunur. Digər ölkələrə gedənlər isə bir qayda olaraq, səyahət sığortasını tur paketinin tərkib hissəsi olaraq alırlar.

Göründüyü kimi, hətta könüllü qeyri-həyat sığorta məhsullarının satışı çoxluq olaraq, hər hansı bir “yarı-məcburiyyət” şəraitində baş verir.

“Həyat sığortası” məhsullarının satışı üzrə son illərdə bazarda müəyyən artım müşahidə olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, “həyat sığortası” bazarı Azərbaycanda yenidir, 2009-cu ildə “Sığorta fəaliyyəti haqqında” qanun dəyişdiyindən sığortanın 2 profilində, “həyat” və “qeyri həyat” profilində fəaliyyət göstərməsi tələbi qoyulmuşdur. Buna görə də ilk “həyat sığortası” şirkətləri 2010-cu ildən fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Buna görə də əhalinin böyük əksəriyyəti “həyat sığortası” məhsullarından, xüsusilə “yığım sığortası” məhsulundan məlumatsızdır.

İcbari həyat sığortası (işəgötürənin məsuliyyət sığortası və ya qanunun adı ilə desək “İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu”) məhsulu işəgötürənlər tərəfindən alındığı üçün müxtəlif təşkilatlarda çalışan bəzi əməkdaşlar bu məhsuldan xəbərsiz olur. Bu o deməkdir ki, istənilən hüquqi şəxs statusunda olan müəssisə və təşkilat rəhbəri icbari şəkildə öz əməkdaşlarını göstərilən sığorta növü üzrə icbari şəkildə sığortalamalıdır. Əks təqdirdə Dövlət Əmək Müfəttişliyi tərəfindən belə müqavilənin olmadığı aşkar olunarsa, müvafiq qaydada cərimə tətbiq oluna bilər, çünki “həyat sığortası” şirkətləri və Dövlət Əmək Müfəttişliyi arasında imzalanmış müvafiq sənəd bunu etməyə imkan verir.



## **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Qeyri-həyat sığortası üzrə əsas satılan məhsullar hansılardır? Onların nisbətən aktiv satılmasının səbəblərini izah edin.
2. Həyat sığortası üzrə bazarda daha çox tanınan məhsullar hansılardır? Onların nisbətən aktiv satılmasının səbəblərini izah edin.





## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Sığortaya əsas müraciət edənlər və sığorta olunanlar barədə məlumatlıdır”**

1. Hansı icbari sığorta növünün daha aktiv satılmasına əsas səbəb nəzarət mexanizminin olmasıdır?
  - A) Əmlakın icbari sığortası;
  - B) Avtomobilin icbari sığortası;
  - C) Yüklərin icbari sığortası.
  
2. Hansı sığorta növü həyat sığorta növlərinə aid edilir?
  - A) İşəgötürənin məsuliyyət sığortası;
  - B) Əməkdaşların tibbi sığortası;
  - C) Ailə üzvlərinin tibbi sığortası.



# TƏLİM NƏTİCƏSİ 3

YERLİ SIĞORTA  
BAZARININ ƏSAS  
PROBLEMLƏRİNİ VƏ  
ƏSAS İNKİŞAF  
PERSPEKTİVLƏRİNİ  
ÖYRƏNMƏK

### 3.1. Bazarın inkişafına hansı alətlərin daha effektiv təsir etdiyini izah edir

Sığorta bazarının inkişafına necə nail olmaq üçün bazarı daimi əsasda araşdırmaq, inkişafa mane olan məqamları üzə çıxarmaq və onların həlli istiqamətində töhfələr vermək vacibdir (Şəkil 3.1).



İlk növbədə qeyd etmək lazımdır ki, Sığorta fəaliyyəti “Sığorta fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikası qanununa uyğun olaraq həyata keçirilir. Yəni, həyata keçirəcəyi strateji və taktiki tədbirlər vasitəsilə sığorta bazarını inkişaf etdirməyə ilk növbədə tənzimləyici orqan (requlyator) məsuliyyətlidir.

Requlyator tərəfindən görülməli vacib işlərdən biri kimi icbari sığorta növlərinin satışı üzrə daha praktiki və rəşional nəzarət mexanizmlərinin axtarılaraq tapılması və tətbiq olunması məqsəduyğundur. Misal üçün, 2015-ci ildə Bakıda keçirilən Beynəlxalq Sığorta Forumunda requlyatorun rəşmisi tərəfindən qeyd olunan bir fakt, (yəni əmlakın icbari sığortası üzrə mövcud potensialın cəmi 25%-nin işlədiyi faktı) onu deməyə əsas verir ki, icbari sığortaların satışında da lazımi nəzarət mexanizmləri qurulmamışdır.

Bu gün Azərbaycan sığorta bazarının inkişaf dinamikasına nəzər saldıqda müəyyən durğunluq hiss olunmaqdadır. Xüsusilə, qeyri-həyat sığortası bazarında geriləmə müşahidə olunur. Belə bir qənaətə gəlmək mümkündür ki, yeni bazarların yaradılması baş vermir və yeni müştərilərin cəlb olunması üçün aktivlik müşahidə olunmur. Əksinə, bazar üçün heç də xoş olmayan bir tendensiya yaranmaqdadır, sığorta şirkətləri bir-birindən müştəriləri “oğurlamağa” can atır, hətta eyni şirkət üçün çalışan sığorta agentləri belə bir-birindən müştəri “oğurluğuna” meyillidirlər.

Yuxarıda göstərilənlərlə bağlı qeyd etmək lazımdır ki, əgər yeni bazarlar kəşf olunmursa və yeni potensial müştərilər sığortaya cəlb olunmursa, bu ilk növbədə əhalinin sığortadan lazımi qaydada məlumatlı olmadığından irəli gəlir. Bütün inkişaf etmiş ölkələrdə sığorta bazarının inkişafı əhalinin sığorta və sığorta xidmətləri barəsində maarifləndirmə tədbirlərindən keçir. Bu kimi tədbirlərin sayı çox olarsa, bazarın inkişafı da sürətlə gedə bilər.

Hal-hazırda sığorta şirkətlərinin böyük əksəriyyəti uzun müddətli strategiya qurmaq və gələcək inkişafı düşünmək əvəzinə, müvəqqəti və asan yollarla başa gələn maliyyə sabilliyinə daha çox üstünlük verirlər. Bu tendensiyanı aradan qaldırmaq üçün, həm bütün sığorta şirkətləri, eyni zamanda rəqulyator orqan bütün qüvvəsini səfərbər etməlidirlər. Bu tədbirlər sırasında aşağıdakıları həyata keçirmək mümkündür:

- Orta məktəblərdə və digər tədris müəssisələrində sığortanın faydasını və sığorta məhsullarının kütləvi təbliğatını təşkil etmək;
- Ali məktəblərdə sığortanın bir fənn olaraq tədrisinin genişləndirilməsi və sığortanın kütləvi təbliğatının təşkili;
- Aktiv tələbə və gənclər təşkilatlarının dəstəyi ilə sığortanın kütləvi təbliğatını təşkil etmək;
- Yerli bələdiyyə və icra orqanlarının dəstəyi ilə əhalinin kütləvi maarifləndirilməsi;
- Televiziya və radio kanallarında maarifləndirici proqramların yaradılması;
- Sosial media və internet portallarında sığortanın aktiv təbliğatını təşkil etmək və bu kimi müxtəlif tədbirlərin müntəzəm şəkildə təşkil olunması, yeni bazarların yaradılmasına və yeni müştəri bazasının formalaşmasına təkan verə bilər.

Yuxarıda göstərilən maarifləndirmə tədbirləri ilə yanaşı, bazarda yeni məhsullara olan ehtiyacın araşdırılması və bu istiqamətdə vacib addımların atılması da diqqət yetirməli məsələlərdəndir. Yerli bazarda yeni icbari sığorta növlərinin yaradılması və qanunvericilik bazasının hazırlanması üçün ilk təşəbbüslər sığortaçılardan gəlməlidir. Bu məsələdə tənzimləyici orqan və sığortaçılar birgə fəaliyyət göstərməlidirlər. Bu istiqamətdə sığorta şirkətləri və tənzimləyici orqan arasında olan kommunikasiya çox intensiv olmalı, yerli sığortaçıların iştirakı ilə keçirilən görüşlərin və müzakirələrin sayı daha çox olmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, sığorta şirkətləri maarifləndirmə istiqamətində fəaliyyətlərini genişləndirməli və bu istiqamətdə daimi əsasda görülməli işləri aktivləşdirməlidirlər. Çünki bazarın inkişafı və sığorta mükafatlarının artımı ilk növbədə sığortaçıların marağındadır. Sığorta şirkətləri ilin sonunda növbəti il üçün xərclər büdcəsini planlaşdırdıqda və görülməli işlərin planını yazdıqda, eyni zamanda maarifləndirmə ilə bağlı tədbirlərin siyahısını illik plana əlavə etməsi və bu tədbirlərin xərclər büdcəsini illik xərclər büdcəsinə əlavə etməsi daha rəşional və məqsəduyğundur.

Rəqulyator tərəfindən də eyni zamanda bazarın inkişafı istiqamətində ciddi addımlar atılmalıdır. Buna misal olaraq, daimi əsasda əhalinin sığorta sahəsində kütləvi maarifləndirilməsi üçün televiziya kanallarının birində “sığorta maarifləndirilməsi” ilə bağlı proqramın yaradılması və daimi əsasda sığorta xidmətləri barədə geniş məlumatların verilməsi məqsəduyğun olar. Bununla yanaşı müxtəlif icbari sığorta növlərinin layihələrinin hazırlanması və Milli Məclisə təqdim olunması, eyni zamanda, həmin məhsulların tətbiqi sığorta bazarının gələcək inkişafı üçün təkan ola bilər.

Eyni zamanda, sığorta bazarının əsas iştirakçıları olan “həyat və qeyri-həyat sığorta” şirkətləri bazarın inkişafı üçün ciddi şəkildə aktivləşməlidirlər. Çünki satışların artımı, yeni müştərilərin cəlb olunması və sığorta məhsullarının satışında kütləviləyin təmin olunması

ilk növbədə sığorta şirkətlərinin marağındadır. Əgər sığorta şirkətləri bunu etməyəcəksə, digər hansısa qurumlar bunu sığorta sektorunun əvəzinə etməyəcəkdir.

Belə tədbirlərə, ilk növbədə, əhəlinin sığorta məhsulları barəsində maarifləndirilməsi, sığortanın faydasının onlara izah olunması, eyni zamanda mövcud şirkətlərin etibarlı partnyor olduğunu izah etmək kimi tədbirlərin təşkil olunmasını misal gətirmək olar. Nəzərə alsaq ki, Azərbaycanda hal-hazırda daşınmaz əmlak və avtomobil sahibləri ilk növbədə ağılımıza gələn potensial müştərilərdir, amma hətta bunların sığortaya cəlb olunması belə tam şəkildə baş verməmişdir.

Bu o demək deyil ki, 50.000 - 100.000 AZN qiyməti olan avtomobil sahiblərinin və ya 300.000 - 500.000 AZN qiyməti olan əmlakın sahibi sığorta haqqı ödəmək üçün pulları yoxdur. Əslində bu o deməkdir ki, belə insanların böyük əksəriyyəti sığorta məhsulları və sığorta şirkətləri haqqında lazım olan məlumatları yoxdur və onların sığortaya etibarı da lazım olan səviyyədə deyil. Eyni zamanda, müxtəlif sığorta növləri üzrə satışların potensialdan aşağı olması ona işarədir ki, bu məhsullar haqqında məlumatlar insanlara lazımı qədər çatdırılmır və məlumatlandırma çox zəifdir.

Sığorta şirkətləri tərəfindən yuxarıda göstərilən maarifləndirmə tədbirləri barədə illik planın olması vacibdir. Eyni zamanda sığortaçının biznes strategiyasında yeni bazarların yaradılması üzrə tədbirlərə xüsusi önəm verilməlidir. Sığortaçı başa düşməlidir ki, maarifləndirmə tədbirləri ilə bağlı atılacaq hər bir addım, yerli bazarın inkişafı üçün hər bir vaxt bəhrəsini verə bilər.



## **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Həyat sığortası məhsulları bazarının perspektivlərini üzə çıxarmaq üçün hansı tədbirlərin daha effektiv olduğu barədə təkliflər verin və fikirlərinizi əsaslandırın.
2. Əmlak sığortası üzrə həm icbari, həm də könüllü məhsul bazarının inkişafına hansı alətlər vasitəsilə təsir etmək mümkündür? Fikirlərinizi əsaslandırın.



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Bazarın inkişafına hansı alətlərin daha effektiv təsir etdiyini izah edir”.**

1. Əhalinin sığorta məhsulları barəsində maarifləndirilməsi üçün hansı alət daha təsirli ola bilər?
  - A) Sığorta mövzusunda televiziya proqramlarının təşkil olunması;
  - B) Sığorta şirkətlərinin inzibati ofislərinin qarşısında bilbordların yerləşdirilməsi;
  - C) Məşə zolaqlarının yaxınlığında bilbordların yerləşdirilməsi.
2. Yeni icbari sığorta qanunlarının yaradılmasında hansı təşkilatın rolu daha əhəmiyyətlidir?
  - A) Sığorta bazarının tənzimləyici orqanı;
  - B) Təkrarsığorta şirkətləri;
  - C) Sığorta vasitəçilərinin ictimai birliyi.



### 3.2. Sığorta bazarının mövcud durumunu izah edir

Azərbaycan sığorta bazarında baş verənləri və mövcud durumu daha yaxşı başa düşmək üçün son 15 ildəki mühüm hadisələrə diqqəti yönəltmək məqsədəuyğun olardı. Nəzərə almaq lazımdır ki, Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra digər sahələrdə olduğu kimi, sığorta sahəsində də durğunluq müşahidə olunurdu. Sovetlər İttifaqı dağıldıqdan sonra, təxminən 1992-ci ildən etibarən müəyyən sektorlarda özəl şirkətlərin yaranması erası başlandığı dövrdə, özəl sığorta şirkətlərinin qeydiyyatdan keçməsi və bazara atılması dövrü də başlanmışdır. Eyni zamanda Sovet dövründən miras qalmış “Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Kommersiya Şirkəti” bazarın əsas aparıcı sığorta şirkəti olaraq qalırdı. 1990-cı illərdə və sonrakı dövrdə yaradılmış və qeydiyyatdan keçmiş şirkətlərin sayı təxminən 45 ətrafında olsa da, bu şirkətlərdən yarıdan çoxu illər ərzində müxtəlif səbəblərdən lisenziyasını itirmişdir. Hazırda mövcud olan şirkətlər rəqabətli bazar şəraitində fəaliyyət göstərməkdə davam edirlər (Şəkil 3.2).



Şəkil 3.2. Sığorta bazarının vəziyyəti

Keçən əsrin 90-cı illərini bütövlükdə sığorta bazarı üçün uğurlu olmadığını nəzərə alsaq, qeyd etmək lazımdır ki, yerli sığorta şirkətlərinin əsas inkişaf mərhələsi əsasən 2003-2004-cü illərdən sonrakı dövrə təsadüf edir. Bu isə əsasən onunla əlaqədardır ki, yerli bank və kredit təşkilatları bu illərdən etibarən beynəlxalq maliyyə qurumlarından ucuz maliyyə vəsaitlərini cəlb etməyə başladılar. Cəlb olunmuş vəsaitlər isə öz növbəsində müxtəlif kredit məhsullarının realizə olunmasına səbəb oldu və müxtəlif kredit məhsullarının satışı kütləvi xarakter almağa başladı ki, bunların da çoxu sığorta ilə sıx əlaqəli idi.

Verilən kredit məhsulları arasında əsasən avtomobil kreditləri və biznes kreditləri, xüsusilə sığorta bazarının aktivləşməsinə təkan verdi. Avtomobil krediti verilirərkən, əsas şərtlərdən biri kimi, borcalanın aldığı avtomobilin sahibi olmasına baxmayaraq, həmin avtomobilin bankda girov kimi olması diqqəti çəkir. Yəni, borcalan kredit məbləğini tam olaraq bankla ödəyib qurtarana kimi kreditə aldığı avtomobil girovdan azad oluna bilməz. Eyni zamanda, banklar avtomobilin sığortalanmasını mütləq hesab edir, bu da bankın daha çox öz riskini sığortalamaq anlamına gəlir. Baxmayaraq ki, bank krediti hesabına alınmış avtomobillərin hamısı könüllü “kasko” sığortasına cəlb olunurlar, bu hal daha çox borcalanın bank tərəfindən girovun sığortalanması şərtinin yerinə yetirilməsi kimi başa düşülür. Bununla yanaşı, eyni dövrdə banklar tərəfindən müştərilərə verilən biznes kreditləri üzrə girov qoyulan əmlakların sığortalanması da sığorta bazarının dirçəlməsinə ciddi təkan vermişdir.

Banklarda “girov sığortası” anlamına gələn sığorta əməliyyatlarının aparılması ilk növbədə bankın marağındadır. Yəni borcalan müqavilə şərtlərini pozduqda girovun gələcəkdə borc yerinə satılaraq, borc qalığının bağlanmasına yönəldilməsi prosesində girovun sağlam olması, yəni girovun müqavilə bağlamamışdan öncə olduğu vəziyyətdə

olması üçün bir təminatdır. Göründüyü kimi, bank sektorunda baş verən canlanma sığorta sektorunun dirçəlməsinə də birbaşa təkan verən amildir.

2000-ci illərdə sığorta bazarının inkişafına təkan vermiş amillərdən biri kimi, 2009-cu ildə “Sığorta fəaliyyəti haqqında” AR Qanununa əsaslı dəyişiklik aparılması səbəb olmuşdur. Bu dəyişiklik əsas onunla bağlı idi ki, sığorta sektoru bu dəyişiklikdən sonra “Həyat və qeyri-həyat” profillərinə ayrılmışdır. Bu isə o deməkdir ki, “həyat sığortası” məhsullarını satan sığorta şirkəti “qeyri-həyat sığortası” məhsulları sata bilməz, eyni zamanda “qeyri-həyat sığortası” məhsullarını satan şirkət “həyat sığortası” məhsulları sata bilməz. Qanunvericilikdə aparılan bu dəyişiklikdən sonra 3 yeni “həyat sığorta” şirkəti lisenziya aldı və eyni zamanda “həyat” sığortasında yeganə icbari növ olan “İstehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu 2010-cu ilin 2 iyul tarixində qüvvəyə mindi. Bu hadisədən sonra “həyat sığortası” bazarının dirçəlməsinə start verildi.

Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, bazarın müəyyən inkişafına səbəb olmuş amillərdən biri kimi, “Nəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası” Qanununda aparılmış dəyişikliklər və eyni zamanda tətbiq olunmuş yeni sığorta haqlarının hesablanması qaydaları, həm avtomobil sığortası üzrə yığılan sığorta haqlarının ümumi həcminə, eyni zamanda sığorta bazarının canlanmasına səbəb oldu. Əgər bundan öncə qüvvədə olan qaydalara uyğun olaraq sığorta haqqı minik avtomobilləri üçün 10 AZN həcmində müəyyən olunmuşdursa, 2011-ci ildən yeni qüvvəyə minmiş dəyişikliklərə əsasən sığorta haqqı 50 AZN-dən başlayır və avtomobillərin mühərriklərinin həcminə görə dəyişir. Bu isə o deməkdir ki, sığortalı nə qədər çox sığorta haqqı ödəyirsə, hadisə baş verdikdə sığorta ödənişi almaqda bir o qədər maraqlı olur. Buna görə də hal-hazırda nəqliyyat vasitələrinin sürücüləri bu sığorta növü üzrə ödədiyi sığorta haqqının məbləğinin əvvəlkindən kəskin fərqləndiyinə görə hadisə olduqda dərhal sığorta şirkətinə müraciət edirlər. Bundan öncə mövcud olan qaydalara görə sığorta haqqı simvolik olduğundan (10 AZN), eyni zamanda sürücülərin bu məhsulun şərtləri barədə məlumatları az olduğundan, hətta hadisə baş verdiyində belə sürücülərin böyük əksəriyyəti qarşı tərəfə dəymiş ziyanın sığorta şirkətindən almaq mümkün olduğu barədə məlumatlı deyildilər. Sürücülərin böyük əksəriyyəti bu sığorta növü üzrə şəhadətnamənin sadəcə Yol Polisi tərəfindən avtomobil saxlandıqda, onlara göstərmək üçün nəzərdə tutulduğunu qeyd edirdilər. Bu isə sığortalıların sığorta növünün şərtlərini tam bilməməsi və sığorta haqqında az məlumatlı olması ilə əlaqədar idi.

Nəzərə alsaq ki, 2010-cu ilin sonuna Azərbaycan sığorta bazarının həcmi 200.000.000 AZN civarında idi, bu rəqəm sonrakı illərdə həyat sığortası bazarının inkişaf etməsi və göstərilən “Nəqliyyat vasitəsi sürücülərinin məsuliyyətinin icbari sığortası” hesabına ancaq 3 il sonrakı dövrdə demək olar ki, 2 dəfə qalxaraq 405.000.000 AZN həcminə çatmışdı və 2016-cı ildə isə bu rəqəm 485.000.000 AZN həcmində olmuşdur (Cədvəl 3.1).

| İllər                                       | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  |
|---------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Həyat sığortası (mln. manatla)</b>       | 23,0  | 36,8  | 68,7  | 105,0 | 116,5 | 146,5 |
| <b>Qeyri-həyat sığortası (mln. manatla)</b> | 190,0 | 305,7 | 337,0 | 324,2 | 326,4 | 339,2 |
| <b>Cəmi: (mln. manatla)</b>                 | 213,0 | 342,5 | 405,7 | 429,2 | 442,9 | 485,7 |

**Cədvəl 3.1. Azərbaycan sığorta bazarında 2011-2016-cı illər üzrə yığımların həyat və qeyri-həyat sığortası üzrə strukturu**

Sığorta bazarına təsir edən amillərdən biri isə 2014-cü ilin əvvəlində Mərkəzi Bank tərəfindən kommersiya banklarında avtomobil kreditləşməsi şərtlərinin yenidən baxılması üzrə verilmiş qərar oldu. Əgər, bu qərardan öncə banklar avtomobil kreditləşməsində ilkin ödəniş qismində avtomobilin dəyərinin 10-15% həcmində ilkin ödəniş tələb edirdilərsə, bu qərardan sonra ilkin ödəniş məbləği yeni avtomobillər üçün 50% həcmində, işlənmiş avtomobillər üçün isə ilindən asılı olaraq 70-80% həcmində müəyyən olundu. Bu fakt avtomobil kreditləşməsində kəskin azalmaya səbəb olduğu kimi, banklar tərəfindən aparılan avtomobilin könüllü “kasko” sığortasının həcmi də kəskin şəkildə aşağı düşdü.

Yuxarıda göstərilən hadisədən təxminən bir il sonra 2015-ci ilin fevral ayında baş verən Azərbaycan manatının devalvasiyası avtomatik olaraq banklarda kreditləşməyə öz mənfi təsirini göstərdi. Xüsusilə, müəyyən istehlak kreditlərini xarici valyutada vermiş banklarda kreditlərin ödənişində ciddi gecikmələr dövrü başladı və banklar kreditləşməni bütün istiqamətlərdə məhdudlaşdırmağa məcbur oldular. Eyni zamanda kreditləşmənin azalmasını onunla əlaqələndirmək olar ki, ödəniş qabiliyyəti yüksək olan müştərilərin sayı müəyyən qədər aşağı düşdü. Bütün bunların nəticəsi olaraq, banklarda satılan müxtəlif növ sığortanın satışı kəskin aşağı düşdü, xüsusilə “girov sığortası”, istehlak, biznes və digər növ kredit götürən şəxslərin həyat sığortası və s.

Eyni ilin dekabr ayında baş verən Azərbaycan manatının ikinci devalvasiyası sığorta bazarında vəziyyəti bir qədər də çətinləşdirdi, bu da öz növbəsində bank və sığorta şirkətləri arasında olan partnyorluq münasibətlərinə bir daha mənfi təsirini göstərdi.



### **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Azərbaycan sığorta bazarının müstəqillik illərində inkişafına təkan verən əsas amilləri sadalayın və bir neçə yadda qalan hadisələri misal gətirin.
2. 2009-cu ildə yeni qüvvəyə minmiş sığorta qanunvericiliyi əsas nə ilə yadda qaldı?



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Sığorta bazarının mövcud durumunu izah edir”.**

1. Həyat sığortası bazarının inkişafının əsas səbəbi nədir?

- A) 2009-cu ildə yeni sığorta qanunvericiliyinin qüvvəyə minməsi;
- B) Bank sektorunda kreditləşmənin aktivləşməsi;
- C) 2015-ci ildə baş vermiş manatın devalvasiyası.

2. 2009-cu ildə sığorta qanunvericiliyi dəyişdiyi anda ilk olaraq neçə həyat-sığortası şirkətinə fəaliyyət üçün lisenziya verildi?

- A) 4;
- B) 3;
- C) 5.



# TƏLİM NƏTİCƏSİ 4

QLOBAL VƏ BÖYÜK  
SIĞORTA BAZARINA  
MALİK OLAN ÖLKƏLƏR  
HAQQINDA  
MƏLUMATLARI  
ANLAMAQ

#### 4.1. Dünyanın ən böyük sığorta şirkətlərini tanıyır

Sığorta bazarlarını fərqləndirən əsas cəhətlərin nədən ibarət olduğunu bilmək və “sığorta mədəniyyəti” haqqında düzgün təsəvvürə malik olmaq çox əhəmiyyətlidir. Bu gün dünyanın aparıcı iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdə sığorta bazarının həcmnin böyük olmasının əsas səbəbi, inkişaf etməkdə olan ölkələrdən fərqli olaraq sığorta mədəniyyətinin inkişaf etməsi ilə birbaşa əlaqədardır (Şəkil 4.1).



Şəkil 4.1. Qlobal sığorta bazarı

Bəzi hallarda “sığorta mədəniyyəti” dedikdə vətəndaşların çoxu bu ifadəni sığorta şirkətinin sığortalıya göstərdiyi xidmətin səviyyəsi ilə ölçürlər. Sığortada xidmət səviyyəsinin aşağı və ya yuxarı olması sığorta mədəniyyətinin tərkib hissəsi olsa da, daha vacib məsələlər var ki, cəmiyyətdə sığorta mədəniyyəti kimi qəbul olunmalıdır. Sığorta mədəniyyəti, ilk növbədə ölkə daxilində vətəndaşların sığortaya və sığorta xidmətlərinə laqeyd olmayan münasibətidir. Başqa sözlə desək, bu münasibət vətəndaşların sığorta xidmətlərinə könüllü olaraq müraciət etməsidir. Ölkə vətəndaşlarının digər vacib olan illik xərclərini planlaşdırdığı kimi, illik sığorta xərclərinin də planlaşdırması və sığortanın faydasını başa düşərək müxtəlif sığorta məhsullarını könüllü olaraq əldə etməsi deməkdir. 2016-cı ilin nəticəsinə uyğun olaraq, dünyanın 10 ən böyük sığorta bazarına malik olan ölkələr və onların sığorta bazarları haqqında məlumatlar Cədvəl 4.1-də göstərilmişdir.

| Ölkənin adı        | Sığorta bazarının həcmi (mlrd. USD) (mənbə - chinadaily.com.cn) 2016 | Ölkə ÜDM-in həcmi (mlrd. USD, mənbə - vikipediya) 2016 | Sığorta bazarının ÜDM-də payı (%-lə) 2016 | Əhalinin sayı (mln. nəfər mənbə - vikipediya) 2016 | Adambaşına düşən sığorta haqqının həcmi, USD 2016 |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 1. ABŞ             | 1320,0                                                               | 18 036,6                                               | 7,32                                      | 324,1                                              | 4070                                              |
| 2. Yaponiya        | 450,0                                                                | 4 939,3                                                | 9,11                                      | 126,3                                              | 3560                                              |
| 3. Çin             | 387,0                                                                | 11 199,1                                               | 3,46                                      | 1 382,3                                            | 280                                               |
| 4. Böyük Britaniya | 320,0                                                                | 2 618,9                                                | 12,22                                     | 65,1                                               | 4920                                              |
| 5. Fransa          | 231,0                                                                | 2 465,4                                                | 9,37                                      | 64,7                                               | 3570                                              |
| 6. Almaniya        | 213,0                                                                | 3 466,7                                                | 6,14                                      | 80,7                                               | 2640                                              |
| 7. İtaliya         | 165,0                                                                | 1 849,9                                                | 8,92                                      | 59,8                                               | 2760                                              |
| 8. Cənubi Koreya   | 154,0                                                                | 1 411,2                                                | 10,91                                     | 50,5                                               | 3050                                              |
| 9. Kanada          | 115,0                                                                | 1 529,7                                                | 7,52                                      | 36,3                                               | 3170                                              |
| 10. Hollandiya     | 81,0                                                                 | 770,8                                                  | 10,51                                     | 16,9                                               | 4790                                              |

Cədvəl 4.1. 2016-cı ildə aparıcı sığorta bazarlarının vəziyyəti

Bu, o deməkdir ki, sığorta bazarının inkişaf etdiyi ölkələrdə vətəndaşlar həm icbari sığorta növlərini böyük həvəslə alırlar, eyni zamanda könüllü sığorta məhsullarına da böyük maraq göstərirlər. Bunun nəticəsində hər bir vətəndaşın müxtəlif sığorta növləri üzrə daimi



əsasda 8-10 və daha çox sığorta müqaviləsi qüvvədə ola bilər.

2017-ci ilin nəticəsinə uyğun olaraq, dünyanın ən böyük sığorta şirkətləri aşağıdakı Cədvəl 4.2-də göstərilmişdir. Bu şirkətlərə nəzər salanda görmək olur ki, bunlar dünyanın aparıcı iqtisadiyyatı olan ölkələrdə yaradılmışdır. Göstərilən şirkətlərin böyük tarixi irsi ilə yanaşı, onları nəhəng maliyyə qurumlarına çevirən əsas səbəblərdən biri də, onların geniş müştəri bazasına sahib olmalarıdır. Məlumdur ki, davamlı iqtisadi sabitliyin təmin olunduğu ölkələrdə vətəndaşların sığorta mədəniyyəti tam formalaşmışdır. Bu o deməkdir ki, vətəndaşlar müxtəlif sığorta xidmətlərindən rəşional və davamlı şəkildə faydalanırlar. 2017-ci ilin iyun ayına olan məlumata uyğun olaraq, dünyada mövcud olan sığorta şirkətləri sırasından aktivlərinin həcminə görə 5 ən böyük şirkətə diqqət yetirək:

| Sıra | Şirkət               | Ölkə     | Cəmi aktivlər, (milyon ABŞ-da) |
|------|----------------------|----------|--------------------------------|
| 1.   | Allianz              | Almaniya | 1,013,400.00                   |
| 2.   | AXA                  | Fransa   | 1,004,800.00                   |
| 3.   | Metlife              | ABŞ      | 925,199.00                     |
| 4.   | Ping An Insurance    | Çin      | 879,427.00                     |
| 5.   | Prudential Financial | ABŞ      | 812,590.00                     |

**Cədvəl 4.2. 2017-ci ildə dünyanın aparıcı 10 şirkətinin aktivlərinin həcmi**

1. "Allianz" şirkəti 1890-cu ildə yaradılıb, maliyyə xidmətləri göstərən aparıcı şirkətdir. Sığortadan tutmuş aktivlərin idarə olunmasına qədər məhsullar və xidmətlər təklif edir. Hal-hazırda "Allianz" 70-dən artıq ölkədə fəaliyyət göstərir. Fərdi və korporativ müştərilər üçün təklif etdiyi sığorta məhsulları arasında əmlak və fərdi qəza sığortasından tutmuş həyat sığortası məhsullarınadək var. Baş ofisi Almaniya yerləşir.
2. "AXA" sığorta şirkəti dünyanın 56 ölkəsində 102 milyon müştəriyə 157.000 nəfər işçi ilə xidmət göstərməklə dünyanın aparıcı sığorta qrupu hesab olunur. Şirkətin əsas biznesi əmlak sığortası, fərdi qəza sığortası, həyat sığortası, aktivlərin idarə olunması və əmanətlərin saxlanması üzrədir. "AXA" şirkətinin tarixi 1817-ci ildən başlayır ki, bu da bir neçə şirkətin birləşməsi nəticəsində yeni şirkətin yaradılması kimi yadda qalmışdır. Şirkətin baş ofisi Parisdə yerləşir, eyni zamanda Afrikada, Şimali Amerikada, Mərkəzi və Cənubi Amerikada, Asiya və Sakit Okean regionunda, Avropa və Yaxın Şərqdə geniş fəaliyyətə malikdir.
3. 1868-ci ildə yaradılmış "MetLife" şirkəti digər bir nəhəng olaraq, qlobal sığorta şirkətidir. Baş ofisi Nyu-Yorkda yerləşir, əsasən sığorta xidmətləri, əməkdaşların mükafat proqramları və annunitet (müəyyən zaman intervalında və müəyyən miqdarlarda edilən nizamlı ödənişlər sistemidir) sığorta xidmətlərini təklif edir. Şirkət 66.000 nəfər işçi ilə 60-dan çox ölkədə fəaliyyət göstərir. "MetLife" Şirkəti ABŞ-də, Yaponiyada, Latın Amerikasında, Avropada, Asiyada, Yaxın Şərqdə ən yaxşı sığorta şirkətlərindən biri hesab olunur.
4. 1988-ci ildə Çində yaradılmış sığorta şirkəti olan "Ping An Insurance" əsasən həyat sığortası, əmlak və bədbəxt hadisələrdən sığorta, bank xidmətləri və s. xidmətlər

təklif edir. Bazar kapitallaşması 65 milyard USD təşkil edən bu şirkət dünyanın ən yaxşı sığorta şirkətləri sırasındadır. Baş ofisi Şenzen və Şanxay şəhərlərində yerləşir. Dünya üzrə 190.000 müştəriyə xidmət göstərir.

5. "Prudential Financial" şirkəti 1875-ci ildə ABŞ-də, NyuCersidə yaradılıb. 41 milyard ABŞ dollar həcmində kapitala malikdir. Fərdi və korporativ müştərilər üçün əsasən sığorta, o cümlədən həyat sığortası, təqaüd yönümlü sığorta məhsulları, investisiyaların idarə olunması, aktivlərin idarə olunması, broker xidmətləri, müxtəlif maliyyə xidmətləri, əmlak alqı-satqısı xidmətləri təklif edir. Şirkətin əsas fəaliyyəti ABŞ-də, Asiyada, Avropada, Latın Amerikasında cəmləşmişdir.

Yuxarıda göstərilən şirkətlərin maliyyə aktivlərinin təhlili maraqlı nəticələr formalaşdırır. Məsələn, Azərbaycanda olan ən böyük sığorta şirkətinin aktivlərinin 406 milyon AZN (238 milyon USD) olduğunu nəzərə alsaq (30 iyun 2020-ci ilə olan rəsmi məlumat), bu o deməkdir ki, "Allianz" şirkəti aktivlərinə görə həmin şirkətdən belə 4.258 dəfə böyükdür. Və ya maliyyə aktivlərinin bu günkü həcmi 2 milyard USD-yə yaxın olan aparıcı banklarımızdan biri ilə müqayisə etsək, deyə bilərik ki, "Allianz" şirkəti böyük banklarımızdan belə 500 dəfə böyükdür.



## **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Sığorta mədəniyyəti deyəndə nəyi başa düşürsünüz? Fikirlərinizi əsaslandırın.
2. Qlobal sığorta bazarında 5 ən böyük sığorta bazarı olan ölkə haqqında fikirlərinizi söyləyin və həmin ölkələrdə adambaşına düşən sığorta haqlarını Cədvəl 4.1-dən istifadə etməklə hesablayın.



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz.

**“Dünyanın ən böyük sığorta şirkətlərini tanıyır”.**

1. Hansı ölkənin sığorta bazarının həcmi 1 trilyon dollardan artıqdır:

- A) Almaniya;
- B) Yaponiya;
- C) Amerika Birləşmiş Ştatları;

2. Hansı ölkə dünyanın 10 ən böyük sığorta bazarı sırasına daxildir?

- A) Hollandiya;
- B) Rusiya;
- C) Braziliya;

## YERLİ SİĞORTA BAZARININ QLOBAL SİĞORTA BAZARINA İNTEQRASIYASINI ANLAMAQ

### 5.1. Yerli sığorta bazarının nə dərəcədə xarici sığorta və təkrarsığorta şirkətləri üçün cəlbedici olduğunu izah edir

Sığorta mütəxəssisi tərəfindən öyrənilməli olan məqamlardan biri də yerli sığorta bazarının qlobal sığorta bazarlarına olan integrasiyası və bu istiqamətdə fəaliyyətin nədən ibarət olması barədə fikir söyləməkdən ibarətdir. Bu məqsədlə sığortaçı tərəfindən bazarın vaxtlı-vaxtında araşdırılması və proseslərin diqqətdə saxlanması vacibdir.

Yerli sığorta bazarının yuxarıdakı bölmələrdə qeyd olunan əsas xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq qeyd etmək lazımdır ki, yerli sığorta bazarı böyük sığorta şirkətləri və beynəlxalq investorlar üçün çox da cəlbedici deyil. Bu, birbaşa bazarın həcmi ilə, yəni il ərzində yerli bazarda toplanan sığorta haqlarının toplam cəmi ilə əlaqəlidir. Buna görə də xarici sığorta şirkətləri üçün, xüsusilə qlobal bazarda fəaliyyət göstərən şirkətlər üçün yerli bazar çox da maraqlı bazar kimi görsənir.

İstənilən bir qlobal sığorta şirkəti üçün yeni bazarların kəşf olunması və yeni bazarlarda fəaliyyətə başlaması yeni investisiyalar deməkdir. Bəzi hallarda bu investisiyaların qoyuluşu qlobal şirkətlər tərəfindən sərfəli görsənir. Bu kimi məsələlərdə, xarici investorlar istənilən bir ölkəyə investisiya etməmişdən əvvəl, ölkə riskini, ölkədə olan iqtisadi sabilliyi, orta illik iqtisadi artımı, ölkə iqtisadiyyatının gələcək perspektivlərini ciddi şəkildə təhlil edirlər (Şəkil 5.1).



Şəkil 5.1. Yerli sığorta bazarının xarici sığorta bazarlarına integrasiyası

Ölkəmizdə müstəqillik illərindən sonra, yerli sığorta bazarı formalaşmağa başladığı vaxtdan etibarən, cəmi 2 xarici kapitalla işləyən sığorta şirkəti daha uzun dövrdə bazarda fəaliyyət göstərmişdir. Onlardan biri 90-cı illərin sonunda Azərbaycan-Türkiyə müştərək müəssisəsi olaraq yaradılmışdır (Başak-İnam Sığorta Şirkəti) və sonradan bu şirkət müstəqil yerli şirkət kimi fəaliyyət göstərmişdir. 2017-ci ildə isə maliyyə vəziyyətinə əsaslanaraq, sığorta rəqulyatoru tərəfindən şirkətin lisenziyası ləğv edilmişdir. Xarici şirkət olaraq, yerli bazarda 2-ci ən uzun müddət fəaliyyət göstərən şirkət isə "AXA MBASK" şirkəti olmuşdur ki, bu da Fransaya məxsus qlobal "AXA" şirkətinin törəmə müəssisəsi olmuşdur. Bu şirkət ilk olaraq, yerli "MBASK" şirkətinin səhmlərinin 51%-ni alaraq fəaliyyətə başlamış, sonrakı illərdə şirkətin səhmləri 100% qlobal "AXA" şirkətinə satılmışdır. Yerli bazarda təxminən 8 il ərzində ciddi uğur qazanan və göstərdiyi xidmətlərin keyfiyyəti ilə seçilən şirkət artıq 2019-cu ildən etibarən öz fəaliyyətini Azərbaycan sığorta bazarında və bir sıra başqa ölkələrdə məhdudlaşdırmağa qərar vermişdir.

Xarici sığorta şirkətlərinin Azərbaycanda fəaliyyət göstərməsinin mənfi və müsbət tərəfləri mövcuddur. Müsbət tərəf kimi onu qeyd etmək olar ki, xarici sığorta şirkətinin yerli bazarda fəaliyyəti özü ilə gətirdiyi korporativ sığorta xidməti mədəniyyətinin yüksək olması ilə, yeni texnologiyaların tətbiqi ilə, yeni məhsulların bazara çıxarılması ilə, agent şəbəkəsinin yaradılması ilə və s. kimi müsbət amillərlə səciyyələnir. Eyni zamanda xarici

şirkətlərin yerli bazarda fəaliyyəti yerli şirkətlərə ciddi rəqib olması ilə səciyyələnir ki, bu da birbaşa yerli şirkətlərin inkişafına təsir edə bilən amildir. Bununla yanaşı nəzərə almaq lazımdır ki, xarici sığorta şirkətinin fəaliyyəti nəticəsində yerli bazarda toplanmış sığorta haqlarının müəyyən bir hissəsi xarici maliyyə bazarlarında investisiya oluna bilər ki, bu da arzuolunan deyil.

Hal-hazırda yerli bazarda Azərbaycan şirkəti olaraq cəmi 1 təkrarsığorta fəaliyyət göstərir. Şirkətin aldığı təkrarsığorta haqları çoxluq olaraq, yerli şirkətlərin sığortaladığı risklər üzrə aldığı sığorta mükafatlarından ibarətdir və eyni zamanda şirkət xarici bazarda olan, xüsusilə keçmiş sovet ölkələrində fəaliyyət göstərən sığorta şirkətləri ilə də əməkdaşlıq edir. Məlumat üçün qeyd etmək lazımdır ki, 2018-ci ilin nəticəsində şirkət 54 milyon manat həcmində təkrarsığorta haqqı qəbul etmişdir. Göstərilən dövr üçün şirkətin cəmi kapitalı 90 milyon manat, cəmi aktivləri isə 118 milyon manat təşkil etmişdir. Təbii ki, bu maliyyə göstəriciləri xarici təkrarsığorta şirkətləri ilə müqayisədə çox kiçik görsənə bilər, ancaq şirkətin gənc olmasını nəzərə alsaq, bu göstəricilər yerli şirkət üçün qənaətbəxş hesab edilə bilər.

Yerli sığorta şirkətləri bir qayda olaraq, böyük həcmli risklərin təkrarsığortalanmasında aparıcı xarici təkrarsığorta şirkətləri ilə əməkdaşlıq edirlər, buna görə də hər bir şirkət əməkdaşlıq üçün biznes partnyorları seçməkdə sərbəstdir. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, sığorta bazarının tənzimləyici orqanı tərəfindən təsdiq olunmuş xarici təkrarsığortaçıların reyestri mövcuddur. Bu reyestrə göstərilən təkrarsığorta şirkətləri tövsiyə xarakterlidir və bu şirkətlərlə əməkdaşlıq arzuolunandır. Bu reyestrin sığorta rəqulyatoru tərəfindən yaradılması ilk növbədə təhlükəsizlik baxımından tövsiyə olunur və yerli şirkətlərin sığortaladığı risklərlə bağlı hər hansı bir ciddi hadisə baş verdikdə və qarşı tərəfdən dəymiş ziyanı görə kompensasiya tələb olunduqda problemlərlə üzləşməmək və maliyyə problemi yaşamamaq kimi prinsiplərə əsaslanır.

Yerli bazarda əsasən yerli broker şirkətləri fəaliyyət göstərirlər. Onların fəaliyyəti üçün sığorta rəqulyatoru tərəfindən lisenziya alınması tələbi var, eyni zamanda broker şirkətləri də tənzimləyici orqana müvafiq maliyyə hesabatları təqdim edirlər. Xarici broker şirkətləri bir qayda olaraq, yerli şirkətlərlə məsafədən əməkdaşlıq edirlər. Bu o deməkdir ki, əməkdaşlığa start verilməsi üçün ilkin olaraq münasibətlər rəsmiləşdirilir və sonradan əməkdaşlıq məsafədən davam etdirilir. Bu kimi xarici broker şirkətləri əsasən dünyaca məşhur təkrarsığorta şirkətləri ilə əməkdaşlıq edən təkrarsığorta brokerləridir. Bir qayda olaraq onların işi yerli sığorta şirkətlərinin sığortaladığı böyük risklərin bir hissəsini təkrarsığorta şirkətlərinə ötürməkdən ibarətdir. Bu, o zaman baş verir ki, yerli sığorta şirkəti xarici təkrarsığorta şirkəti ilə birbaşa əlaqə yaratmaqda çətinlik çəkir və bu kimi imkanları məhdud olur.



### **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Xarici sığorta şirkətlərinin yerli sığorta bazarında olan fəaliyyətinin müsbət və mənfi tərəflərini sadalayın və fikirlərinizi əsaslandırın.
2. Azərbaycan sığorta bazarında fəaliyyət göstərmiş hansı xarici şirkətləri tanıyırsınız?





## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

**“Yerli sığorta bazarının nə dərəcədə xarici sığorta və təkrarsığorta şirkətləri üçün cəlbedici olduğunu izah edir”;**

1. Azərbaycan sığorta bazarının dünyaca məşhur sığorta və təkrarsığorta şirkətləri üçün çox da cəlbedici olmamasının əsas səbəbi kimi göstərilə bilər:

- A) Bazarın yerləşdiyi coğrafi məkan uyğun deyil;
- B) Sığorta bazarının yığımları lazımi səviyyədə deyil;
- C) Ölkə əhalisinin orta aylıq əmək haqqı inkişaf etmiş ölkələrdən dəfələrlə aşağıdır.

2. Sığorta bazarının tənzimləyici orqanı tərəfindən əməkdaşlıq üçün tövsiyə olunan xarici təkrarsığortaçıların reyestri hansı prinsiplərə əsaslanır?

- A) Yerli sığorta şirkətlərinin xarici ölkələrdə nümayəndəliyinin açılması üçün kommunikasiya qurmağın asanlaşdırılması məqsədilə;
- B) Xarici investorlardan qrantlar alınması məqsədilə;
- C) Sığorta şirkətlərinin fəaliyyətinin davamlı və təhlükəsiz olması məqsədilə.

## 5.2. Yerli sığorta şirkətləri və global bazarda fəaliyyət göstərən sığorta və təkrarsığorta şirkətləri arasında münasibətlərin formalaşması imkanlarını izah edir

Yerli sığorta şirkətləri bir qayda olaraq böyük riskləri böyük təkrarsığorta şirkətlərində təkrarsığortalamağa məcburdurlar. Bu, riskin bölüşdürülməsi anlamına gəlir və bütün dünyada qəbul edilmiş bir təcrübədir. Riskin hansı həcmdə və neçə şirkətə ötürülməsi hər bir sığorta şirkətinin "Təkrarsığorta siyasətinə" uyğun olaraq həyata keçirilir. Təkrarsığorta həm "həyat", həm də "qeyri-həyat" sığorta şirkətlərində aparılan bir əməliyyatdır.

Təkrarsığorta şirkətləri ilə aparılan əməkdaşlıq biznes partnyorlar arasında formalaşmış ciddi biznes maraqlarına söykənir. Bu o deməkdir ki, hər iki tərəf bir-birinə ciddi şəkildə inanmalı və etibar etməlidir. Eyni zamanda bir sığorta şirkətinin eyni vaxtda bir neçə təkrarsığorta şirkəti ilə əməkdaşlıq etməsi mümkündür və hətta bəzi hallarda alternativ təkrarsığorta şirkətlərinin olması biznesi daha dayanıqlı və stabil edir.

Təkrarsığorta şirkətləri üçün elə risklər var ki, onların təkrarsığortalanmasından şirkət imtina edə bilər və ya riskin müəyyən bir hissəsini qəbul edə bilər. Belə olduğu halda, sığorta şirkəti çevik olaraq alternativ variantlardan istifadə etməlidir ki, sığortalanmış risk təhlükə altında qalmasın. Bunun üçün sığorta şirkətləri daimi olaraq öz əlaqələrini genişləndirmək məqsədilə yeni əlaqələr qururlar və müxtəlif təkrarsığorta şirkətləri ilə münasibətlər yaradırlar. Belə münasibətlərin yaradılması üçün ən yaxşı platformalar müxtəlif ölkələrdə keçirilən beynəlxalq sığorta forumları və konfranslardır. Belə tədbirlərdə hər bir sığorta şirkəti iştirak etməyə çalışır və bu kimi tədbirlərdə həm müxtəlif ölkələrdən olan sığorta şirkətləri, həm broker şirkətləri, həm də təkrarsığorta şirkətləri təmsil olunurlar. Xüsusilə, böyük dövlətlərdə keçirilən və həcm baxımından daha böyük tədbirlərdə dünyaca məşhur təkrarsığorta şirkətlərinin nümayəndələri də iştirak edirlər. Məsələn, belə tədbirlərə misal olaraq Almaniyanın Baden-Baden şəhərində hər il keçirilən sığorta görüşlərini misal gətirmək olar. Bu tədbir artıq neçə illərdir ki, ənənəvi bir platformaya çevrilmişdir və hər ilin oktyabr ayında baş tutur. Hər il tədbirdə orta hesabla 3000 nəfərə yaxın iştirakçı qeydə alınır. Bu tədbir hal-hazırda miqyasına görə sığortaçılar arasında keçirilən ən böyük tədbirlərdən biri hesab olunur (Şəkil 5.2).



Şəkil 5.2. Xarici təkrarsığorta şirkətləri ilə münasibətlər

Bu kimi tədbirlər bir qayda olaraq, sığorta bazarı inkişaf etmiş ölkələrin hamısında təşkil olunur və demək olar ki, başqa ölkələrdə keçirilən tədbirlər vaxt baxımından üst-üstə düşmür. Azərbaycanda da Beynəlxalq sığorta forumu hər il keçirilir və ildən ilə iştirakçıların sayı dəyişir. Hər il 30-a yaxın ölkədən 250-300 nəfərə qədər sığortaçı Azərbaycanda bir araya gəlir, bir qayda olaraq bu tədbir iyun-iyul aylarında keçirilir.

Cədvəl 5.1-də dünyanın 10 ən böyük təkrarsığorta şirkətinin 2017-ci il ərzində illik yığımları göstərilmişdir. Cədvəldən göründüyü kimi, böyük təkrarsığorta şirkətlərinin qəbul

etdiyi təkrarsığorta haqları milyardlarla dollarla ölçülür, eyni zamanda belə şirkətlərin il ərzində baş vermiş hadisələrə görə ödədikləri kompensasiyalar da milyard dollarla ölçülür. Buna görə də, böyük təkrarsığorta şirkətləri böyük həcmli risklərin təkrarsığortalanmasında müxtəlif tələblər irəli sürürlər və risklərin sığorta şirkətləri tərəfindən daha dəqiq qiymətləndirilməsi üçün müxtəlif nəzarət mexanizmlərini birgə tətbiq edirlər.

| Sıra sayı | Təkrarsığorta şirkətinin adı          | İllik gros həyat və gros qeyri-həyat sığortası üzrə yazılmış mükafatlar (milyon ABŞ dolları) | Qeyd             |
|-----------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1.        | Munich Reinsurance Company            | 37,821                                                                                       | Alman şirkəti    |
| 2.        | Swiss Re LTD                          | 34,775                                                                                       | İsveçrə şirkəti  |
| 3.        | Berkshire Hathaway Inc.               | 22,740                                                                                       | Amerikan şirkəti |
| 4.        | Hannover Ruck S.E.                    | 21,314                                                                                       | Alman şirkəti    |
| 5.        | SCOR S.E                              | 17,718                                                                                       | Fransız şirkəti  |
| 6.        | Lloyd, s                              | 14,250                                                                                       | İngilis şirkəti  |
| 7.        | Reinsurance Group of America Inc.     | 10,704                                                                                       | Amerikan şirkəti |
| 8.        | China Reinsurance (Group) Corporation | 10,435                                                                                       | Çin şirkəti      |
| 9.        | Great West Lifeco                     | 7,924                                                                                        | Kanada şirkəti   |
| 10.       | Korean Reinsurance Company            | 6,775                                                                                        | Koreya şirkəti   |

**Cədvəl 5.1. 2017-ci ilin nəticəsinə görə dünyanın 10 ən böyük təkrarsığorta şirkəti**

Bundan öncəki bölmələrdə qeyd olunmuş və global sığorta şirkətlərinin fəaliyyətində olduğu kimi, dünyaca məşhur olan təkrarsığorta şirkətləri də dünyanın aparıcı iqtisadiyyatı olan ölkələrə məxsusdur və ilk olaraq bu şirkətlər öz fəaliyyətinə qeyd olunan ölkələrdə başlamışlar. Böyük təkrarsığorta şirkətləri demək olar ki, dünyanın hər bir qitəsindən olan ölkələrə məxsus sığorta şirkətləri ilə əməkdaşlıq edirlər. Bəzi ölkələrdə bu kimi şirkətlərin nümayəndəliyi fəaliyyət göstərir, bəzi hallarda isə bir neçə ölkədə olan əməkdaşlığı birləşdirən regional ofislər fəaliyyət göstərirlər.



## **Tələbələr üçün fəaliyyətlər**

1. Yerli sığorta şirkəti və xarici təkrarsığorta şirkəti arasında olan münasibətlərin formalaşması prinsiplərini qısa şəkildə izah edin.
2. Yerli sığorta şirkətləri və xarici təkrarsığorta şirkətləri arasında əməkdaşlığın yaradılması üçün hansı alətlərdən istifadə olunması daha əlverişlidir? Fikirlərinizi əsaslandırın.



## Qiymətləndirmə

Aşağıdakı qiymətləndirmə meyarına əsasən qiymətləndirəcəksiniz:

**“Yerli sığorta şirkətləri və qlobal bazarda fəaliyyət göstərən sığorta və təkrarsığorta şirkətləri arasında münasibətlərin formalaşması imkanlarını izah edir”.**

1. Dünyaca məşhur olan sığorta və təkrarsığorta şirkətlərinin bir yerə toplandığı ən məşhur sığorta tədbirlərindən biri Almaniyanın hansı şəhərində keçirilir?

- A) Baden-Baden;
- B) Köln;
- C) Frankfurt;

2. Məşhur təkrarsığorta şirkətləri arasında hansı şirkət yığımına görə ən böyük hesab olunur?

- A) SCOR S.E;
- B) Hannover Ruck S.E.;
- C) Munich Reinsurance Company.

## CAVABLAR

| Təlim nəticəsi 1 üzrə düzgün cavablar |   |
|---------------------------------------|---|
| Qiymətləndirmə meyarı 1               |   |
| Sual 1                                | C |
| Sual 2                                | C |

| Təlim nəticəsi 2 üzrə düzgün cavablar |   |
|---------------------------------------|---|
| Qiymətləndirmə meyarı 1               |   |
| Sual 1                                | A |
| Sual 2                                | A |
| Qiymətləndirmə meyarı 2               |   |
| Sual 1                                | B |
| Sual 2                                | A |

| Təlim nəticəsi 3 üzrə düzgün cavablar |   |
|---------------------------------------|---|
| Qiymətləndirmə meyarı 1               |   |
| Sual 1                                | A |
| Sual 2                                | A |
| Qiymətləndirmə meyarı 2               |   |
| Sual 1                                | A |
| Sual 2                                | B |

| Təlim nəticəsi 4 üzrə düzgün cavablar |   |
|---------------------------------------|---|
| Qiymətləndirmə meyarı 1               |   |
| Sual 1                                | C |
| Sual 2                                | A |

| Təlim nəticəsi 5 üzrə düzgün cavablar |   |
|---------------------------------------|---|
| Qiymətləndirmə meyarı 1               |   |
| Sual 1                                | B |
| Sual 2                                | C |
| Qiymətləndirmə meyarı 2               |   |
| Sual 1                                | A |
| Sual 2                                | C |

## **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI**

1. Azərbaycan Respublikası "Sığorta Fəaliyyəti haqqında" Qanun, Bakı 2007.
2. Azərbaycan Respublikası "İcbari Sığortalar haqqında" Qanun, Bakı 2011.
3. Azərbaycan Respublikası "Mülki Məcəllə" Bakı, 2019.
4. Cİİ (Chartered Institute of Insurers), "Certificate in Insurance" 2009.











