

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA
O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT MOLIYA INSTITUTI

N.A.MAVRULOVA

SUG‘URTADA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

*O‘zbekiston Respublikasi
Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi tomonidan
5231200 – “Sug‘urta ishi” ta‘lim yo‘nalishi
talabalari uchun o‘quv qo‘llanma
sifatida tavsiya etilgan*

TOSHKENT – 2022

UO‘K 368(075.8)
KBK 65.271я7

N.A.Mavrulova. Sug‘urtada axborot texnologiyalari (O‘quv qo‘llanma).. – T.:
«Nihol print» OK, 2022. – 120 b.

ISBN 978–9943–8101–1–2

O‘quv qo‘llanma “Sug‘urtada axborot texnologiyalari” fan dasturi asosida tayyorlangan bo‘lib, unda sug‘urtada internetning virtual imkoniyatlaridan foydalangan holda faoliyat yuritish jarayonlari va bosqichlari bayon etilgan. Shuningdek, ushbu qo‘llanmada quyidagi ma‘lumotlar batafsil yoritilgan: sug‘urtada axborot texnologiyalari fanining predmeti va ob‘ekti, sug‘urtada biznes jarayonlari, sug‘urta marketingida axborot texnologiyalarining qo‘llanilishi, sug‘urta kompaniyalari faoliyatining dasturiy ta‘minoti, sug‘urta biznesining dasturiy ta‘minoti, sug‘urta sohasida qo‘llaniladigan yangi IT texnologiyalar, axborot risklarini sug‘urtalash, sug‘urta kompaniyalari faoliyatida zamonaviy axborot texnologiyalarini qo‘llash bo‘yicha xorij tajribasi, shuningdek, O‘zbekistonda sug‘urta biznesini avtomatlashtirishni rivojlantirish istiqbollari belgilangan. Ushbu qo‘llanma o‘quvchilarning sug‘urta kompaniyalari faoliyatida, jumladan sug‘urta mahsulotlarini yaratish va uni sotishda, sug‘urta shartnomalarini yuritishda, mijozlardan bildirilgan da‘volarni qondirishda hamda mamlakat aholisida sug‘urta savodxonligini shakllantirishda internetning onlayn texnologiyalaridan, uning imkoniyatlaridan unumli foydalanish yo‘llarini o‘rganishiga yordam beradi.

O‘quv qo‘llanma 5231200 – “Sug‘urta ishi” ta‘lim yo‘nalishi talabalari, magistrlar, katta ilmiy xodim va mustaqil izlanuvchilar, iqtisodiyot yo‘nalishidagi oliy o‘quv yurtlarining pedagog-xodimlari, mamlakatning sug‘urta tizimida faoliyat ko‘rsatayotgan amaliyotchi-mutaxassislar va sug‘urta faoliyati bilan qiziquvchi barcha o‘quvchilarga mo‘ljallangan.

UO‘K 368(075.8)
KBK 65.271я7

Taqrizchilar:

Baymuratov T.M.. – Toshkent moliya instituti dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi;
Imomov U.G‘ .– “TRUST INSURANCE” MCHJ sug‘urta kompaniyasi bosh direktori, PhD.

ISBN 978–9943–8101–1–2

© N.A.Mavrulova, 2022
© «Nihol print» OK nashriyoti, 2022

“Bugungi kunda milliy axborot tizimini shakllantirish jarayonida Internet va boshqa global axborot tizimlaridan keng foydalanish, ayniqsa, muhim ahamiyatga ega. Bunga erishish XXI asrda mamlakat taraqqiyoti uchun hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi”.

Islom Karimov

KIRISH

Sugʻurta – bu kutilmagan baxtsiz hodisalar natijasida sodir boʻlgan yoʻqotish va zararlarni qoplashga moʻljallangan iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Sugʻurta tizimi – bu bir tomondan, tadbirkorlik faoliyati va insonlar farovonligini himoya qilishga imkon beradigan, ikkinchi tomondan, sugʻurta faoliyatidan vaqtincha boʻsh mablagʻlarning investitsiya obʻektlariga yoʻnaltirilishidan daromad keltiradigan iqtisodiy va huquqiy munosabatlar tizimidir. Sugʻurta himoyasi sotuvchi va xaridor oʻrtasida ayirboshlanadigan tovar boʻlib, u talab va taklif asosida shakllanadi. Mamlakatimizda bozor munosabatlarining rivojlanishi, jahon integratsiyalashuv jarayonlariga qoʻshilishi bizni bugun jahon standartlari talablariga yaqinlashishga majbur qilmoqda. Korxonalarining moliyaviy holatini obʻektiv baholash, moliyaviy xavflarni kamaytirish va raqobatdosh ustunliklarga ega boʻlishga qaratilgan strategiyalarni muvofiqlashtirishga qoʻyiladigan talablar koʻpaymoqda. Bu sugʻurta jarayoniga avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalarini joriy etishni taqozo etadi.

Sugʻurta kompaniyalari faoliyatini rejalashtirish va boshqarishda axborot texnologiyalarini joriy qilish nafaqat katta va oʻzaro bogʻliq maʼlumotlar toʻplamini qayta ishlashni oʻz ichiga oladi, balki ularni tahlil qilish va boshqaruv qarorlarini asoslash uchun ham ishlatilishi mumkin. Shu bilan birga, iqtisodiyot tarmoqlari va boshqa xoʻjalik yurituvchi subʻektlar toʻgʻrisidagi turli maʼlumotlarni hisobga olish, shuningdek moliyaviy, mehnat va moddiy resurslarni hisobga olish muhim rol oʻynaydi. Axborot hajmi, aniqlik va ishonchlilikka yuqori talablar, mijozlar va sugʻurta kompaniyasining moliyaviy holatini samarali tahlil qilish zarurati – bu sugʻurta biznesining avtomatlashuvini oldindan belgilab beruvchi asosiy omildir. Sugʻurta kompaniyalari faoliyatidagi sifat oʻzgarishlari axborot tizimiga, xususan, statistik kuzatuv va hisob-kitob vositalariga, olis boʻlinmalarning moliyaviy va buxgalteriya maʼlumotlarini birlashtirish imkoniyatlariga qoʻshimcha talablarni qoʻyadi.

Maʼlumki, potensial mijozning ehtiyojlariga eʼtibor qaratilgan sohalarda raqamli texnologiyalardan foydalanish alohida oʻrin tutadi.

Sug'urta tashkilotlarining asosiy mijozlari bo'lib, avvalo, transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug'urtasi va ish beruvchilarning fuqarolik javobgarligi majburiy sug'urtasi mijozlari bo'lgan fuqarolar hisoblanadi. Fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urta qilish dasturining joriy etilishi va uzoq vaqt davomida hayotni sug'urtalash va boshqa sug'urta xizmatlari kabi ilgari ma'lum bo'lgan sug'urta turlarining tarqalishi mijozlar bazasi va sug'urta hajmining tez o'sishini ta'minladi. Bu qayta ishlangan axborot oqimining sezilarli darajada kengayishiga olib keldi va natijada mavjud axborot tizimlarini modernizatsiya qilishni talab qiladi. Sug'urta kompaniyasida sug'urta mahsulotlarining katta portfeli mavjud bo'lishi integratsiyalashgan axborot tizimidan foydalanish zaruratini keltirib chiqaradi.

O'zbekiston sharoitida sug'urtani rivojlantirishning o'ziga xos xususiyati va tez sur'atlarda o'sishi, sug'urta tashkilotlari oldida turgan qator rivojlanish muammolari sug'urtalashni avtomatlashtirishni zaruratga aylantirmoqda. Shu bilan birga, sug'urta faoliyatini avtomatlashtirish uchun dasturiy ta'minot nafaqat sohaning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan va ushbu muammolarni hal qiladigan, balki sug'urta kompaniyasi faoliyati samaradorligini oshirishni ta'minlaydigan talablarga javob berishi kerak.

O'zbekistonning deyarli barcha sug'urta kompaniyalari tayyor dasturiy mahsulotlarni sotib olish yoki ularni o'z dasturchilari yordamida ishlab chiqish orqali avtomatlashtirish bo'yicha tajribaga ega. Zamonaviy sug'urtada raqamli texnologiyalardan foydalanish potensial mijozning ehtiyojlarini qondirish va aholi o'rtasida sug'urtaning ko'lamini kengaytirishda muhim ahamiyatga ega.

1-MAVZU. SUG‘URTADA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI FANINING PREDMETI VA OB‘EKTI

1.1. Sug‘urta kompaniyalari faoliyatida axborot texnologiyalarini qo‘llashning zarurligi

Jahon hamjamiyatining ko‘zlangan rivojlanish va farovonlikka erishishi uchun axborot texnologiyalariga (AT) bo‘lgan ehtiyoji katta sur‘atlar bilan ortib bormoqda. Iqtisodiy o‘shishning faollashuvi, dunyo aholisi yashash darajasining yaxshilanishi axborot texnologiyalarining kundalik hayotimizga singib ketgani natijasidir. Dunyo tajribasi shuni ko‘rsatadiki, erkin axborot oqimining ta‘minlanishi bozor iqtisodiyotiga o‘tishni tezlashtiradi va ijtimoiy farovonlikni oshiradi.

Axborot texnologiyalarining tez rivojlanishi iqtisodiyotda ham o‘z aksini topmasdan qolmaydi. Hozirgi kunda ayniqsa tadbirkorlik sohasida erishilayotgan yutuqlar negizida aynan axborot texnologiyalari turli segmentlarining yuqori darajada rivojlanganligi va ularning samarali qo‘llanilishi yotadi. O‘zbekiston iqtisodiyoti ham bundan mustasno emas, albatta. Yaqqol misol sifatida axborot texnologiyalarining bir qator segmentlari, masalan, ma‘lumotlar yetkazish tarmoqlari, axborot internet-resurslari va ular orasidagi elektron hujjat almashinuvi, biznes va tijoratning barqaror rivojlanayotganini keltirish mumkin. O‘zbekiston uchun axborot texnologiyalarini rivojlantirish yangi iqtisodiy aloqalarni ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Lekin bu jarayon axborot texnologiyalari sohasida ta‘lim standartlarining oshishi, milliy telekommunikatsiya tarmoqlarining modernizatsiyalashuvi, huquqiy bazaning shakllanishi oqibatida vujudga keladigan jamiyatning ma‘lum darajadagi informatsion tayyorligi mavjud bo‘lgan holatdagina sodir bo‘ladi.

O‘zbekiston iqtisodiyotining ham bosqichma-bosqich rivojlanishi oqibatida biznes faoliyatini yuritishning yangi tamoyillari, ayniqsa elektron tijoratning ahamiyati juda oshdi. Bugungi kunga kelib har bir internet foydalanuvchisi elektron tijorat so‘zining ma‘nosini tushunishga harakat qilib ko‘rdi. Hali o‘zining uzoq tarixini qurishga ham ulgurmagan bunday faoliyat bilan bog‘liq AQSh bozorlarida yiliga o‘rtacha 1,5-2 trln. AQSh dollari miqdorida mablag‘lar aylanadi.

Hozirda zamonaviy axborot-kommunikatsiya tizimining barcha sohalar qatori ta‘lim jarayoniga ham tatbiq etilishi hayotiy zaruratga

aylandi. Mamlakatimiz Prezidentining “Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish to‘g‘risida”gi Farmoni va respublika Vazirlar Mahkamasining kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlariga oid bir qator qarorlari muhim ahamiyat kasb etadi.

Davr talabiga muvofiq, hozirgi kunda zamonaviy darsni tashkil etish masalasiga ham juda katta talablar qo‘yilmoqda. Bu talablardan biri dars jarayonida axborot texnologiya va elektron qo‘llanmalardan o‘z o‘rnida samarali va oqilona foydalanishdir.

Bugungi kunga kelib mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti qonuniyatlari to‘liq amal qila boshladi. Bozor iqtisodiyotining samarali ishlashini va uning rivojlanganlik darajasini belgilovchi asosiy omillardan biri uning infratuzilmasi shakllanganligi hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti infratuzilmasining ajralmas tarkibiy qismlaridan biri sug‘urta sohasi hisoblanadi. Rivojlangan mamlakatlar tajribasidan ko‘rishimiz mumkinki, sug‘urta sohasi iqtisodiyot rivojlanishining bir maromda borishini ta‘minlovchi sohalardan biridir. Bundan tashqari, sug‘urta iqtisodiyotning rivojlanishi uchun salmoqli investitsiya kapitalini jamlashtiruvchi va iqtisodiyotga kirituvchi strategik ahamiyatga ega bo‘g‘inlardan biri sifatida namoyon bo‘ladi.

Mamlakatda tobora sug‘urta sohasining rivojlanishiga katta ahamiyat berilmoqda. Sug‘urta sohasini taraqqiy toptirish sug‘urta sohasida yangi mahsulotlar va qulayliklarni uzluksiz ravishda yaratib borishni talab qiladi. Endilikda sug‘urta sohasining rivojlanishi uchun axborot texnologiyalaridan keng va samarali foydalanishni taqozo qilmoqda. Sug‘urta sohasida axborot texnologiyalaridan foydalangan holda agentlar uchun ushbu dastur ustida ish olib borilmoqda. “Central Insurance Base (CIB.uz)”, ya‘ni “Markaziy sug‘urta bazasi” deb ataluvchi dastur agentlar uchun ancha qulayliklar va ortiqcha narsalarni ko‘tarib sarson bo‘lmaydilar, degan maqsadda yaratilmoqda. Ushbu dasturning qulaylik taraflari shundan iboratki, agent uchun kompyuter, pirinter va boshqa ortiqcha buyumlar kerak emas.

Central Insurance Base (CIB.uz) dasturining eng qulaylik tarafi shundan iboratki, uni hozirgi kunda ommalashgan telefon yoki planshetlarga joylashtirish mumkin. Agent qayerda bo‘lmasin mijoz uchun tez va sifatli xizmat ko‘rsatadi. Bu dasturning yana bir qulaylik tarafi agent mijoz ma‘lumotlarini internet orqali sug‘urta kompaniyasi asosiy bazasiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kiritish imkonini beradi. Agent ma‘lumotni

jo'natgandan so'ng mijoz qo'liga polisni qo'lyozma asosida to'ldirib, sug'urtalanuvchiga taqdim etadi. Ayrim viloyatlar, shaharlar va tumanlarda ba'zi hollarda elektr energiyasi tanqisligi tufayli to'k kelmasligi oqibatida mijozlarning kutib qolishi va mijoz ma'lumotlarini o'z vaqtida o'tkazishdagi muammolarning oldini oladi. Masalan: elektr to'ki yo'q deylik, sug'urta agenti yoki boshqa sug'urtalovchi oldiga mijoz kelganda sug'urtani amalga oshirmasdan ranjigan holda chiqib ketishi mumkin. Yoki sug'urta agentlari tomonidan mijoz uchun qulay bo'lgan joylarga borib o'z sug'urta turi bo'yicha sug'urta xizmatini ko'rsatadilar. Bunday qulaylik bilan aholi turar joylariga borib, tadbirlar o'tkazib shu yerdagi ko'ngillilarni baxtsiz hodisalardan yoki boshqa klasslar bilan sug'urtalash mumkin. Bunda sug'urta kompaniyalariga ham, mijozga ham va albatta sug'urta agentiga ham juda katta qulayliklar yaratiladi. Misol uchun, qaysidir aloqa vositasi yordamida sug'urta dasturiga, ya'ni Central Insurance Base (CIB.uz)ga kiriladi. Keyingi bosqichda sug'urta agentiga login va parol beriladi, ulardan foydalangan holda dasturni ishga tushiradi. Keyin sug'urta agenti o'ziga kerakli bo'lgan sug'urta turini tanlab sug'urtani amalga oshiradi. Misol uchun, TVEFJMS – transport vositalari egalarining uchinchi shaxslar oldidagi javobgarlik sug'urtasini amalga oshirayotganda darcha ochiladi. Sug'urtalovchi ma'lumotlari to'liq kiritilganidan so'ng barcha ma'lumotlarga asosan sug'urta summasi va mukofotlari avtomatik tarzda dastur yordamida hisoblab chiqiladi. Keyingi bosqichga o'tish uchun belgilangan tugma bosiladi. Keyingi bosqichda kerakli bo'lgan hujjatlar rasm asosida dasturga yuklanadi. Ma'lumotlar yuklangandan so'ng kerakli tugmani bosish orqali sug'urta markaziy bazasiga jo'natiladi.

Bu Central Insurance Base (CIB.uz) dasturi yordamida sug'urta kompaniyasi biror sug'urta hodisasi yuz berganligini tez va barcha hujjatlar bilan birga ko'rish imkoniyati paydo bo'ladi. Nafaqat sug'urta kompaniyasi, balki nazorat organi hisoblangan Sug'urta bozorini rivojlantirish agentligi ham kerakli bo'lgan ma'lumotlarni masofadan turib tekshirish imkonini yaratadi.

1.2. Sug'urta kompaniyalarining moliya sektoridagi o'rni va ahamiyati

Sug'urta bozorining asosiy bo'g'ini – bu sug'urta xizmatlarini ko'rsatishga ixtisoslashgan va maxsus litsenziyaga ega bo'lgan sug'urta kompaniyalari hisoblanadi. Sug'urta kompaniyalari moliyaviy vositachi

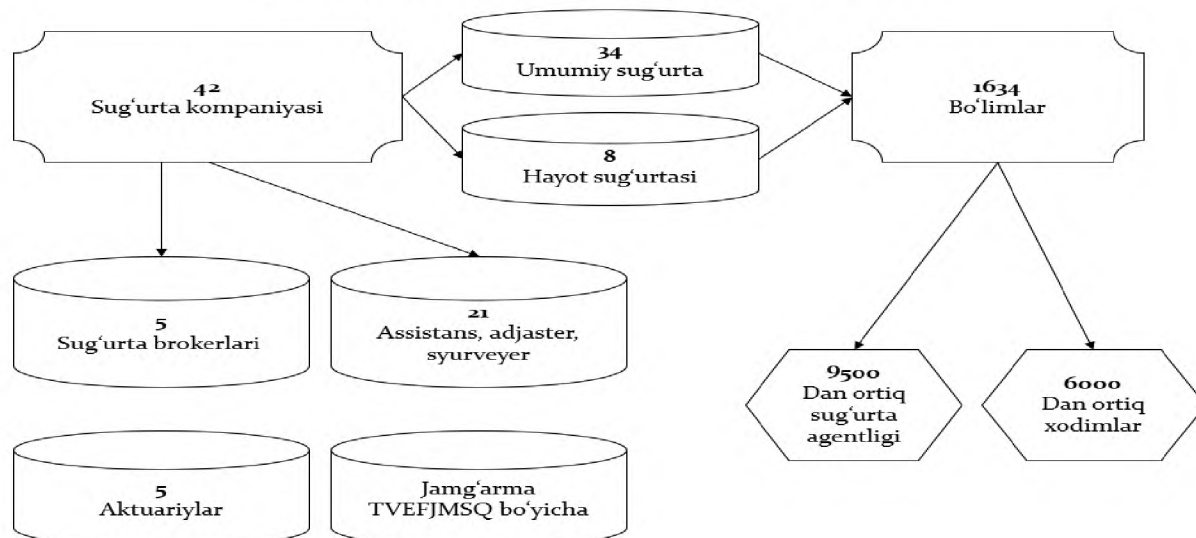
sifatida faoliyat yuritadigan tijorat tashkiloti bo'lib, u sug'urta risklarini qabul qilish orqali sug'urta shartnomalarini tuzish va u bo'yicha sug'urta javobgarligini olib borish orqali foyda olish maqsadida tashkil etilgan yuridik shaxs hisoblanadi. Sug'urta faoliyatini amalga oshirish uchun belgilangan tartibda litsenziya talab qilinadi. Sug'urta tashkiloti tavakkalchilikni baholaydi, ularga muvofiq keluvchi sug'urta mukofotlarini undiradi, sug'urta zaxiralarini shakllantiradi va belgilangan tartibda va shartlarda o'z aktivlarini vaqtincha joylashtiradi, ko'rilgan zararlarni aniqlaydi va uning miqdorini belgilaydi, shuningdek shartnomada ko'rsatilgan hollarda sug'urta to'lovlarini amalga oshiradi.

Sug'urta kompaniyasi mustaqil xo'jalik sub'ekti sifatida faoliyat yuritib, o'z faoliyatida boshqa sug'urtalovchilar bilan munosabatlarni qayta sug'urta va birgalikda sug'urtalash asosida amalga oshiradilar.

Sug'urta o'z mohiyatiga ko'ra noxush hodisalarning yuz berishi natijasida ko'riladigan zararlarni qoplash maqsadida zaxira fondlarini shakllantirishni ifodalaydi. Sug'urtalanuvchi sug'urta kompaniyasi bilan sug'urta shartnomasini tuzadi va shartnomaga muvofiq sug'urtalovchiga sug'urta mukofotlari to'lovini amalga oshiradi. Umuman olganda, barcha sug'urtalovchilarning to'lovlari zaxira fondini tashkil etadi va sug'urta hodisasi yuz bergan taqdirda sug'urta kompaniyasi sug'urtalanuvchilarga shartnomada belgilangan sug'urta summasi doirasidagi mablag'larni to'laydi va shu bilan noxush hodisalardan kelib chiqadigan zararlarni kamaytiradi. Sug'urtalanuvchilar tomonidan to'lanadigan mukofotlar miqdori maxsus me'yorlar bilan belgilanadi, ular ma'lum bir hodisa (sug'urta hodisasi)ning sodir bo'lish ehtimollik darajasiga bog'liq bo'lib, sug'urta summasiga nisbatan hisoblanadi. Sug'urta summasi (sug'urta to'lovi) esa sug'urta shartnomasi va (yoki) maxsus me'yoriy hujjat bilan belgilangan va sug'urta hodisasi yuz berganda sug'urtalovchi tomonidan sug'urtalanuvchi yoki sug'urtalangan shaxsga to'lanadigan pul mablag'larini ifodalaydi. Sug'urta munosabatlarning amalga oshish doirasi tor bo'lib, qayta taqsimlash faqatgina sug'urta kompaniyalari va sug'urta qildiruvchilar o'rtasida amalga oshiriladi.

Sug'urtalovchi faoliyati o'ta mas'uliyatli faoliyat bo'lib, zimmasidagi majburiyatlarning bajarilmasligi unga ko'pgina salbiy oqibatlarni keltirib chiqaradi. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari qatorida sug'urta faoliyatini tartibga soluvchi qonunchilik hujjatlari ham mavjud bo'lib, bugungi kunda sug'urtalovchilar ularga rioya etgan holda faoliyat yuritadi va davlat tomonidan nazorat qilinadi.

O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORI



1-rasm. O'zbekiston sug'urta bozorining tarkibiy tuzilishi¹

Sug'urtalovchilarning to'lov qobiliyatini saqlash maqsadida davlat tomonidan to'lovlarni kafolatlash jamg'armalari tashkil etiladi, ular sug'urtalovchilarni moliyaviy tomondan qo'llab-quvvatlash bilan bir qatorda sug'urta qildiruvchilarning ijtimoiy himoyasini kafolatlaydi va ta'minlaydi, shu bilan birga ularning sohaga bo'lgan ishonchi mustahkamlanishiga xizmat qiladi.

Sug'urta kompaniyalari tashkiliy-huquqiy shakliga ko'ra quyidagi turlarga bo'linadi:

aksiyadorlik sug'urta kompaniyalari, ya'ni aksiyalarni sotish orqali mablag'larni jalb qilish asosida sug'urta kompaniyalarini tashkil etish shaklida;

qayta sug'urta kompaniyalari, katta va xavfli risklarni ikkilamchi sug'urtalashni ta'minlaydigan sug'urta kompaniyalari;

o'zaro sug'urta jamiyatlari, uning a'zolarining ulushli ishtiroki orqali mablag'larni jalb qilish asosida sug'urta jamg'armasini tashkil etishni ta'minlaydi;

davlat sug'urta kompaniyasi – bu davlat tomonidan tashkil etilgan sug'urta fondini tashkil etishning ommaviy huquqiy shakli.

Sug'urta kompaniyalarining moliya sektoridagi yana bir muhim jihati shundaki, ular ixtisoslashgan kredit tashkilotlari singari xo'jalik faoliyatining ayrim soha va tarmoqlarini kreditlaydi, ya'ni moliyaviy resurslarni joylashtirish orqali ko'mak beradi. Sug'urta kompaniyalari

¹Rasm mf.uz sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan chizilgan.

aktivlari bo'yicha tijorat banklaridan keyingi yetakchi o'rinlarni egallaydi va iloji bo'lsa, ularni kredit kapitali sifatida ishlatadi. Ular to'plagan resurslarning tabiati ularni qimmatli bozor orqali uzoq muddatli ishlab chiqarish kapital qo'yilmalarida foydalanishga imkon beradi. Nisbatan qisqa muddatli qarz mablag'lariga asoslangan banklarda bunday imkoniyatlar mavjud emas. Shuning uchun sug'urta kompaniyalari, xususan hayot sug'urta tarmog'ida faoliyat yuritadigan sug'urta kompaniyalari sug'urtalanuvchilar hisobidan shakllantiriladigan sug'urta fondi mablag'laridan unumli foydalanib, iqtisodiy samaraga erishish maqsadida kapital bozorida yetakchi o'rinni egallaydi.

1.3. O'zbekistonda sug'urta faoliyatini avtomatlashtirishning ahamiyati

Bugungi kunda respublikamizda milliy iqtisodiyotning barcha sohalarida modernizatsiyalash, texnik yangilash, diversifikatsiya qilish va ayniqsa AKT (axborot kommunikatsiya texnologiyalari)ni keng joriy etish borasida izchil ishlar amalga oshirilmoqda. Boshqa sohalarda bo'lgani kabi, iqtisodiyotning sug'urta sektorida ham AKTga asoslangan loyihalarni ishlab chiqish va sug'urta kompaniyalari faoliyatida AKTni to'laqonli qo'llash xususiy va davlat tuzilmalarining moliyaviy-iqtisodiy barqarorligini ta'minlash bilan bir qatorda milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishda ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Mamlakatdagi iqtisodiy jarayonlar (shu jumladan sug'urta faoliyati sohasidagi)ning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olgan holda, tegishli xorijiy axborot tizimlari va dasturiy mahsulotlardan foydalanishda sug'urta kompaniyalarida bir qator muammolarga duch kelinmoqda. Ularga quyidagilar kiradi:

- ma'lumotlar hajmining kattaligi va nazorat qiluvchi organlar uchun taqdim etiladigan hisobotlarni tuzishning murakkabligi (Sug'urta bozorini rivojlantirish agentligi, soliq inspeksiyasi);

- tahlil qilish uchun zarur bo'lgan statistik ma'lumotlarni to'plash va qayta ishlashdagi muammolar;

- sug'urta tariflarini hisoblash uslubiyatini ishlab chiqishning murakkabligi;

- sug'urta xizmatlari samaradorligini tezkor tahlil qilish zarurati;

- fond mablag'larini oqilona sarflash uchun kompaniyaning moliyaviy holatini tezkor baholash zarurligi;

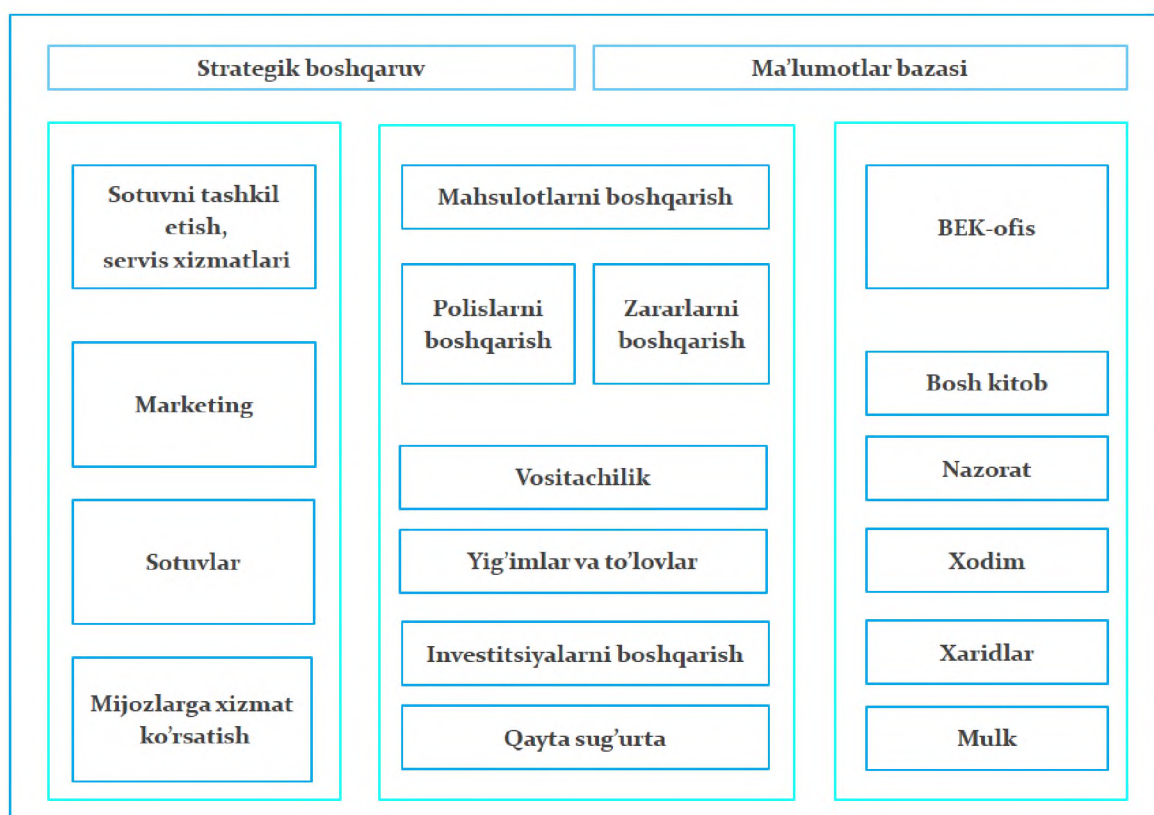
sug'urtaning ayrim turlarini tegishli dasturiy ta'minotsiz ishlab chiqish mumkin emasligi.

Ushbu muammolarni ixtisoslashgan avtomatlashtirilgan axborot tizimi (AAT)ni joriy qilish va uni biznes jarayonlariga tatbiq etish orqali hal etish mumkin. Sug'urta faoliyatidagi biznes-jarayonlarni avtomatlashtirish uchun dasturiy ta'minot nafaqat sohaning o'ziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan va yuqoridagi muammolarni hal qiladigan, balki sug'urta kompaniyasi faoliyati samaradorligini oshirishni ta'minlaydigan talablarga javob berishi kerak.

Sug'urta kompaniyasida axborot texnologiyalaridan foydalanish texnologik jarayonning barcha asosiy elementlarini qamrab oladigan va axborotni qayta ishlashning barcha bosqichlarida ma'lumotlarning xavfsizligini to'liq kafolatlaydigan tizimlarni joriy etishni o'z ichiga oladi. Sug'urta kompaniyasining axborot tizimini joriy etishga quyidagi sohalarni avtomatlashtirish orqali erishish mumkin:

- sug'urta faoliyati;
- moliyaviy faoliyat;
- buxgalteriya hisobi va boshqa faoliyat.

2-rasm. Sug'urta kompaniyasini boshqarish tizimi²



6

²Rasm muallif tomonidan chizilgan.

Sugʻurta faoliyatini avtomatlashtirish jarayoni quyidagilarni taʼminlaydi:

dastlabki maʼlumotlarni toʻplash;

maʼlumotlarni guruhlash maqsadida ularni tahlil qilish;

kompaniya faoliyati uchun maqbul strategiyani ishlab chiqish maqsadida maʼlumotlarni umumlashtirish.

Sugʻurta faoliyatini boshqarish boʻyicha barcha axborot jarayonlari axborot texnologiyalariga asoslangan. Sugʻurta faoliyatining axborot tizimi faoliyatda foydalaniladigan maʼlumotlarni tayyorlash, uzatish, saqlash va qayta ishlash uchun axborot texnologiyalarini taʼminlashi kerak.

Axborotlarni yigʻish va roʻyxatdan oʻtkazish bosqichi. Ushbu bosqichda sugʻurtalovchilar va sugʻurta qildiruvchilarning munosabatlarini (shartnomalar, sertifikatlar, kartotekalar, klassifikatorlar, maʼlumotnomalar va boshqalar) hujjatlashtirish uchun ularning muhim sonidan foydalaniladi. Ushbu hujjatlar qoʻlda toʻldirilgan yoki ofis uskunalari yordamida toʻldirilgan hujjatlar shaklida taqdim etiladi. Birlamchi hujjatlar toʻgʻrisidagi maʼlumotlar avtomat tashuvchida toʻplanishi va roʻyxatdan oʻtkazilishi kerak (kompyuter xotirasiga kiritilgan holda).

Maʼlumotlarni yigʻish va roʻyxatdan oʻtkazish bosqichi juda mashaqqatli boʻlib, u maʼlumotlarning sifat darajasiga taʼsir qiladi va kompaniya axborot tizimining ishlash darajasi ushbu bosqichning bajarilishiga bevosita bogʻliq boʻladi. Bu jarayondagi asosiy muammo – har qanday axborot tizimining asosi boʻlgan katta hajmdagi maʼlumotlarning oʻz vaqtida va sifatli tarzda, shuningdek dastlabki kelib tushish vaqtidayoq roʻyxatdan oʻtkazilishi hisoblanadi. Mehnat xarajatlarini kamaytirish maqsadida dastlabki hujjatlarni shakllantirish sugʻurta kompaniyalari xodimlari tomonidan maxsus vositalardan foydalangan holda amalga oshirilishi kerak.

Yigʻish va roʻyxatdan oʻtkazish bosqichida maʼlumotlarni qayta ishlashni avtomatlashtirish quyidagilarni oʻz ichiga oladi:

sugʻurta faoliyati hujjatlarining yagona va standartlashtirilgan shakllaridan foydalanish;

EMA (elektron maʼlumotlar almashinuvi) –hujjatlar almashinuvi tizimi va standartlarini joriy etish;

kirish maʼlumotlarining ishonchliligini nazorat qilish.

Aloqa kanallari orqali maʼlumotlarni uzatish bosqichi. Ushbu bosqich kompyuter tarmoqlarida axborot manbalari ularni saqlash yoki qayta ishlash joylaridan uzoqda joylashganda qoʻllaniladi. Masalan,

ma'lumotlar bazasi dastlabki ma'lumotlarning kelib chiqishi va ro'yxatdan o'tish joyidan ancha uzoqlikda saqlanadi, ma'lumotlarni qayta ishlash kompyuterda ham amalga oshiriladi hamda tarmoq printeridan ma'lumot chiqarish uchun foydalaniladi va ma'lumotlar kompaniya serverida nashr etiladi va hokazo. Qoida tariqasida, bitta tashkilot chegaralarida (yuzlab metr masofa) ma'lumotlarni uzatishda mahalliy hisoblash tarmog'idan foydalaniladi. Zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalangan holda aloqa sohasini kengaytirish (axborot resurslarini qidirish, elektron pochta va yangiliklarni qidirish, fayllarni uzatish, televizion va video konferensiyalar, kompyuter texnologiyalaridan masofaviy foydalanish, IP-telefoniya va boshqalar) zaruratga aylanib bormoqda. Global tarmoqlardan, birinchi navbatda internetdan foydalangan holda amalga oshiriladi.

Kompyuter tarmog'ini yaratishda tarkibiy bo'linmalar o'rtasidagi aloqalarning mavjudligi, ya'ni sug'urta kompaniyasini boshqarish tizimining tashkiliy tuzilmasi hisobga olinadi va unga quyidagilar kiradi:

markaziy ofis;

sug'urta kompaniyasining filiallari;

sug'urta kompaniyasining vakolatxonalari (agentliklari);

uyali aloqa foydalanuvchilari.

Markaziy ofisda (sug'urta kompaniyasining bosh tuzilmasi) yuqori tezlikda ishlaydigan lokal tarmoq ma'lumotlar bazalari mavjud bo'lib, sug'urta kompaniyasining taqsimlangan hisoblash tizimining tarmoq resurslari markazlashtirilgan monitoringi amalga oshiriladi. Sug'urta kompaniyasining filiallari o'zlarining lokal tarmoqlariga ega bo'lishlari va maxsus ajratilgan aloqa kanallaridan foydalangan holda markaziy ofis bilan doimiy aloqada bo'lishlari mumkin. Sug'urta kompaniyasining vakolatxonalari, qoidaga ko'ra, lokal tarmoqdan foydalanmaydi, uzoqdan foydalanuvchilar modimli noutbuklardan foydalanadi, elektron pochta orqali markaziy ofis bilan aloqa o'rnatish, shuningdek masofaviy kirishdan (VPN – Virtual xususiy tarmoq) foydalanadi.

Keng ko'lamli sug'urta kompaniyasida uzoq vaqt davomida mijozlar, shartnomalar, sug'urta hodisalari, to'lovlar to'g'risida turli xil ma'lumotlarni o'z ichiga olgan va o'z vaqtida yangilanadigan ma'lumotlar bazasi yaratiladi. Bitta ma'lumotlar bazasining alohida qismlari turli xil kompyuterlarda (tarmoq tugunlari) namoyish etiladi va shu bilan birga, ma'lumotlar bazasini tarqatish "shaffofligini" ta'minlaydi.

Sug'urta kompaniyasining (filiallarining) bo'linmalarida ixtisoslashgan sohasi bo'yicha mahalliy ma'lumotlar bazasi yaratiladi va

ularning nusxalari ko‘rinishidagi markazlashtirilgan xarakterdagi ma’lumotlar mahalliy ma’lumotlar bazalariga o‘tkaziladi. O‘z navbatida, belgilangan qoidalarga muvofiq, mahalliy ma’lumotlar bazalari vaqti-vaqti bilan markaziy apparatning ma’lumotlar bazasiga o‘tkaziladi.

Ma’lumotlarni qayta ishlash bosqichi. Ushbu bosqichda turli xil tizimli dasturiy ta’minotlardan foydalaniladi. Tizim dasturiy ta’minotiga operatsion tizim, xizmat ko‘rsatish vositalari (arxivatorlar, antivirus dasturlari, disklarga xizmat ko‘rsatish protseduralarini bajarish uchun yordamchi dasturlar, fayllarni tiklash va boshqalar), kompyuterlar, kompyuter tarmoqlari uchun diagnostika va muammolarni bartaraf etish vositalari kiradi.

Sug‘urta faoliyati uchun dasturiy ta’minotlar quyidagi sinflarga bo‘linadi:

bazaviy axborot texnologiyalari uchun dasturiy mahsullar – ofis dasturlari (matn muharrirlari, elektron jadvallar, grafik muharrirlar, nashriyot tizimlari, Internet-brauzerlar va boshqalar);

muammolarni hal qilishga qaratilgan dasturiy mahsullar (matematik usullar va modellar, tahlil qilish va bashorat qilishning statistik usullari, loyihalarni boshqarish, tarmoq usullari va boshqalar);

funksional ko‘rsatmalar uchun dasturiy mahsullar (alohida vazifalar majmualari, funksional quyi tizimlar yoki axborot tizimi).

Ma’lumotlarni nashr etish bosqichi. Ma’lumotlarni nashr qilish sug‘urta kompaniyasi va uning mijozlari – sug‘urta qildiruvchilar (potensial sug‘urtalanuvchilar) o‘rtasida bevosita aloqani ta’minlaydi. Nashr qilingan ma’lumotlar quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

reklama materiallari;

tashqi hisobot hujjatlari;

faoliyat turlari va sug‘urta xizmatlariga izoh berish va h.k.

Sug‘urta kompaniyalari o‘zlarining veb-saytlarini yaratadilar va veb-serverlarda joylashtiradilar. Sug‘urta kompaniyalari doirasida Fire Wall dasturi (xavfsizlik devori) yordamida nodavlat foydalanuvchilar uchun kirish ta’qiqlangan ichki veb-server tashkil etiladi. Ma’lumotlarni veb-serverda nashr etishga tayyorlash uchun sahifalar tarkibi, ularning o‘zaro aloqasi, navigatsiya sxemasi aniqlanadi, veb-sayt dizayni (joylashuvi va formatlari) ishlab chiqiladi. Sug‘urta faoliyatining funksional muammolarini hal qilishni ta’minlaydigan dasturlarning aksariyati veb-sahifalar (.html), veb-arxivlar (.mhtml), XML formatida taqdim etiladi.

Sug‘urta kompaniyasidagi axborot texnologiyalari texnologik jarayonning barcha asosiy elementlarini qamrab oladigan va ma’lumotlarni

qayta ishlashning barcha bosqichlarida ma'lumotlarning to'liq xavfsizligini kafolatlaydigan tizimlarni joriy etishga qaratilgan. Axborotni to'plash va qayta ishlash sug'urta kompaniyasining turli bo'linmalarida uchraydi: buxgalteriya hisobi bo'limi, moliya-iqtisodiy bo'limi, qayta sug'urtalash bo'limi, xodimlar bo'limi hamda agentliklar.

Sug'urta kompaniyasining axborot tizimida amalga oshiriladigan asosiy funksional vazifalarga quyidagilar kiradi:

1. Sug'urta shartnomasini tuzish jarayoni. Har bir sug'urta qildiruvchi uchun avvalgi shartnomalarning mavjudligini, sug'urta to'lovlarini to'lash holatlarini tekshirish, tarif stavkasi va maxsus shartlarga tuzatish koeffitsientlarini hisoblash, agentlarga komission haqni hisoblash, shartnomani keyinchalik qayta ishlash uchun ma'lumotlar bazasiga kiritish, kerakli hujjatlarni rasmiylashtirish va h.k.

2. Qo'shimcha shartnoma tuzish. Asosiy shartnomani, yangi tuzilgan yoki o'zgartirilgan shartnomalar bo'yicha ma'lumotlar bazasini to'ldirishni hisobga olgan holda o'zgartirilgan shartlar yoki sug'urta ob'ektlari bo'yicha hisob-kitoblarni amalga oshirish.

3. Qayta sug'urta shartnomasini tuzish. Tegishli ma'lumotlarni tekshirish, komissiyalarni hisoblab chiqish.

4. Sug'urta mukofotini (yoki uning bir qismini) to'lash. Pul mablag'larini hisob varaqlarga o'tkazish, qayta sug'urtalash mavjud bo'lganda – qayta sug'urtalovchilar bilan hisob-kitoblarni amalga oshirish.

5. Sug'urta shartnomasini bekor qilish. Zaxiralarni shakllantirish uchun ma'lumotlar bazalariga ma'lumotlarni uzatish va boshqa hisob-kitoblar. Sug'urta qildiruvchi bilan hisob-kitob qilish, pul mablag'larini joylashtirish, shartnomalar bazasiga o'zgartirishlar kiritish.

6. Sug'urta hodisasining paydo bo'lishi. Kompensatsiyani hisoblash, to'lovlarni joylashtirish, shartnoma bo'yicha qayta hisoblash yoki uni bekor qilish, sug'urta hodisalari ma'lumotlar bazasini yaratish.

7. Sug'urta turlari bo'yicha asosiy tarif stavkalarini hisoblash. Ma'lumotlar bazasida sug'urtaning muayyan turi, sug'urta hodisalari bo'yicha barcha shartnomalarni ko'rish, statistik jadvallar yordamida hisoblash.

8. Zaxira fondini hisoblash. Hisob-kitoblarning joriy holatini tahlil qilish, sug'urta turlari bo'yicha shartnomalar soni va miqdoridagi o'zgarishlarni kuzatish, talablar va joriy holatni hisoblash.

9. Sug'urta portfelini tahlil qilish. Sug'urta bozoridagi tendensiyalarni aniqlash, o'z faoliyatini tahlil qilish, istiqboldagi

rivojlanishni bashorat qilish, mumkin bo'lgan boshqaruv qarorlarini tahlil qilish.

10. Kompaniyaning moliyaviy holatini tahlil qilish. Ko'rsatkichlardagi tendensiyalar va munosabatlarni ochib berish, rivojlanishning mumkin bo'lgan variantlarini tahlil qilish.

11. Ichki buxgalteriya hisobi. Kompaniya xodimlarining ish haqini hisoblash, mol-mulkni hisobga olish va boshqalar.

To'liq sug'urta texnologiyasi katta va o'zaro bog'liq ma'lumotlar to'plamini qayta ishlashni ta'minlaydi, bular:

sug'urta va qayta sug'urta shartnomalari;

sug'urta polisi;

brokerlik shartnomalari;

sug'urta vakillarining ish haqi to'g'risidagi hujjatlar;

to'lov topshiriqlari;

kassa buyurtmalari va buxgalteriya yozuvlari;

sug'urta tovonini to'lash to'g'risidagi arizalar;

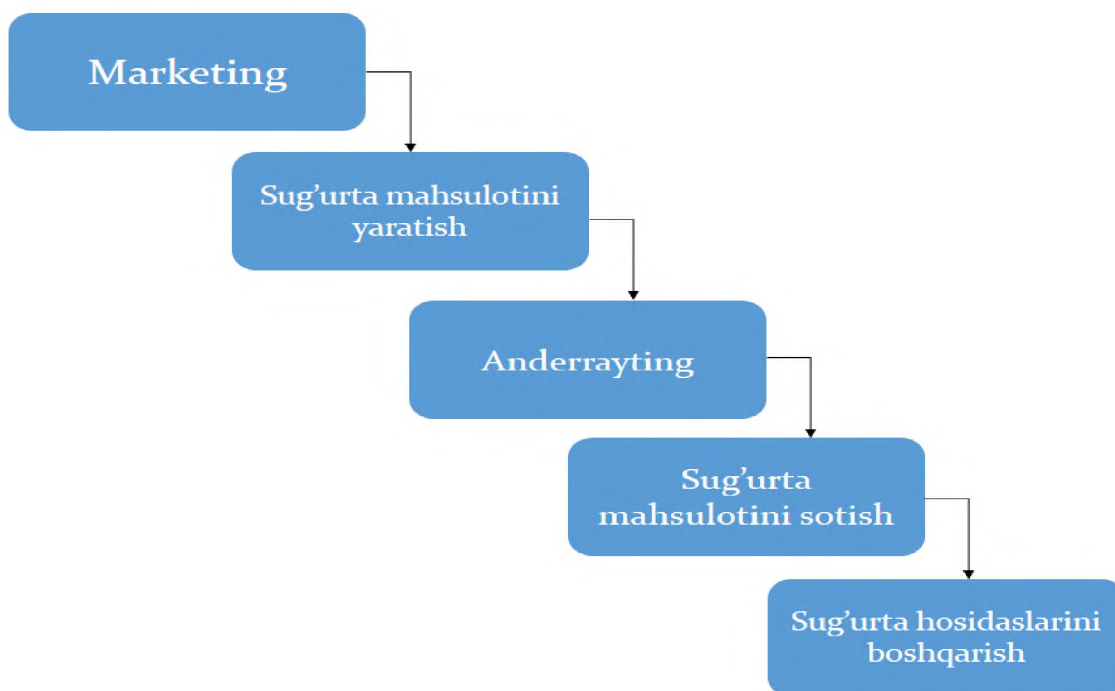
sug'urta hodisalari bo'yicha dalolatnomalar va boshqalar.

2-MAVZU. SUG'URTADA BIZNES JARAYONLARI

2.1. Sug'urta faoliyatidagi asosiy biznes jarayonlarining tuzilishi

Sug'urta biznesi iqtisodiy infratuzilmaning ajralmas qismi sifatida bir tomondan ijtimoiy kafolatni ta'minlasa, ikkinchi tomondan, shartnomaviy majburiyat va tariflar mexanizmi orqali turli sug'urta risklaridan ogoh etish negizida iqtisodiyot sub'ektlari manfaatlarning himoyasini ham o'z zimmasiga oladi. Sug'urta biznes muhitini avtomatlashtirish juda murakkab jarayon bo'lib, bu holat jarayon ishtirokchilarining ko'pligi, shuningdek sug'urta mahsulotlarining xilma-xilligi va biznes yuritishning korporativ standartlari bilan bog'liq. Sug'urta jarayoni ishtirokchilarning o'nlab toifalarini o'z ichiga oladi - sug'urtalovchilar, sug'urtalanuvchilar, sotuvchilar (agentlar, brokerlar, boshqa vositachilar), anderrayterlar, qayta sug'urtalovchilar, sug'urta da'volarini qondiruvchilar, buxgalterlar, rejalashtiruvchilar, menejerlar. Ushbu toifalarning har biri o'z ierarxik tuzilishiga ham ega bo'lishi mumkin. Barcha ishtirokchilar bir-birlari bilan ko'pincha kompaniyaning korporativ standartlariga bog'liq bo'lgan biznes-jarayonlarda birlashadilar. Bunda sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasidagi munosabatlar sug'urta mahsulotlari orqali aniqlanadi, ularning har biri o'z navbatida sug'urta ob'ektlari, xatarlari, qoidalari va atributlari to'plamidan iborat bo'ladi.

Hozirgi raqobat bosqichida har qanday tashkilotning biznes jarayonlarini optimallashtirish vositalaridan biri bu ularning raqamlashtirilishi hisoblanadi. Raqamlashtirish biznes jarayonlarini tubdan o'zgartiradi va optimallashtiradi. Bu kompaniya samaradorligi ortishiga va mijozlar tajribasining yanada mukammallashishiga olib keladi. Sug'urta kompaniyasining biznes jarayonlari asosiy va ta'minlanadigan jarayonlarga bo'linadi. Sug'urta kompaniyasining asosiy biznes jarayonlari bo'lib marketing, sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqish, sug'urta mahsulotlarini sotish, anderrayting, sug'urta xizmatlari, sug'urta da'volarini qondirish hisoblanadi (3-rasm).



3-rasm. Sug'urta kompaniyasining asosiy biznes jarayonlari³

Sug'urta biznesi mustaqil iqtisodiy kategoriya sifatida iqtisodiy munosabatlar tizimida muhim o'rin tutadi. U moliya, kredit kabi iqtisodiy kategoriyalar bilan chambarchas bog'liqdir. Moliya yalpi ichki mahsulotni taqsimlash va qayta taqsimlash natijasida vujudga keladigan maqsadli pul fondlarining shakllanishi va undan foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlarini ifodalasa, kredit – aholi, korxonalar va tashkilotlar ixtiyorida vaqtincha bo'sh turgan mablag'larni jalb etish va undan foydalanish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar yig'indisidir. Sug'urta oldindan ko'rib bo'lmaydigan tabiiy, stixiyali hodisalar ro'y berishi natijasida ko'riladigan zararlarni qoplash bilan bog'liq maqsadli pul fondlarini shakllanishi va undan foydalanish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar yig'indisidir.

Ma'lumki, sug'urta biznesida sug'urta kompaniyasi belgilangan to'lov (sug'urta mukofoti) evaziga o'z mijozining risklarini qabul qiladi. Sug'urta kompaniyasi mijoz o'zida saqlab tura olmaydigan risklarni sug'urtaga qabul qiladi, chunki u risklarni umumlashtirish tamoyilidan foydalanadi. Misol tariqasida, bir yil muddatga vafot etishdan sug'urtalashni olib qaraydigan bo'lsak, sug'urta kompaniyasi biladiki, sug'urtalanganlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, ularga nisbatan sug'urta davri mobaynida vafot etadiganlar soni kam bo'ladi. Bunday natijani har

³Rasm muallif tomonidan chizilgan.

qanday ehtimollar nazariyasi qonuniyati ham tasdiqlaydi. Bu sugʻurtalanuvchidan kam miqdordagi sugʻurta mukofotini olish bilan katta javobgarlikni zimmasiga olish imkoniyatini beradi. Xususan, sugʻurta kompaniyalari oʻz zimmasiga olayotgan barcha majburiyatlar ularning moliyaviy asosiga, yaʼni toʻlov qobiliyatiga muvofiq kelishi lozim. Sugʻurtalovchilarning toʻlov qobiliyatini esa aynan ular uchun belgilangan minimal ustav kapitali miqdorlari belgilaydi. Maʼlumki, kompaniyalarga belgilangan ustav kapitalining minimal miqdorlari muntazam ravishda oshirib boriladi, bu esa sugʻurtalash koʻlamining kengayishini taʼminlaydi (1-jadval).

1-jadval

Oʻzbekistonda faoliyat yuritadigan sugʻurta kompaniyalari uchun belgilangan minimal ustav kapitali miqdori⁴⁵

t/r	Sugʻurta faoliyati shakllari	2020 yil 1 iyuldan (mlrd.soʻm)
1.	Ixtiyoriy sugʻurta uchun	15,0
2.	Majburiy sugʻurta uchun	25,0
3.	Qayta sugʻurta uchun	35,0

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 2 avgustda qabul qilingan PQ-4412-sonli “Oʻzbekiston Respublikasining sugʻurta bozorini isloh qilish va uning jadal rivojlanishini taʼminlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi Qarori mamlakatda sugʻurta biznesini yuritishga keng shart-sharoit yaratish hamda uni rivojlantirishning strategik yoʻnalishlarini belgilashda muhim dastak boʻldi. Respublikada moliya bozorini yanada rivojlantirish, aholini sifatli moliyaviy xizmatlar bilan qamrab olish koʻlamini kengaytirish, sugʻurta tashkilotlari faoliyatini qoʻllab-quvvatlash, shuningdek, ushbu sohada isteʼmolchilarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari izchil amalga oshirilmoqda. Respublikada moliya bozorini yanada rivojlantirish, aholini sifatli moliyaviy xizmatlar bilan qamrab olish koʻlamini kengaytirish, sugʻurta tashkilotlari faoliyatini qoʻllab-quvvatlash, shuningdek, ushbu sohada isteʼmolchilarning huquqlari va

⁴ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 29.09.2017 yildagi PF-5197-son “Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining baʼzi hujjatlariga oʻzgartish va qoʻshimchalar kiritish, shuningdek, ayrimlarini oʻz kuchini yoʻqotgan, deb hisoblash toʻgʻrisida”gi Farmonining 1-ilovasi

qonuniy manfaatlarini himoya qilish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari izchil amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga islohotlarning hozirgi bosqichida iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlashga, aholi hayotining sifati va darajasini oshirishga yo'naltirilgan moliyaviy xizmatlarni faol rivojlantirish respublikada sug'urta bozorining rolini kuchaytirishni va sug'urta vositalarini keng qo'llashni taqozo etmoqda.

Milliy sug'urta bozorini yanada isloh qilish va uning jadal rivojlanishini ta'minlash, sug'urta xizmatlarining talab yuqori bo'lgan yangi turlarini joriy etish, iste'molchilarning sug'urta bozoriga bo'lgan ishonchini oshirish maqsadida qator yo'nalishlar belgilangan:

sug'urta sohasidagi me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish, shu jumladan xalqaro tashkilotlarning standartlari va tavsiyalarini hamda ushbu sohadagi eng yaxshi jahon tajribalarini izchil joriy etish;

tartibga solish va prudensial nazoratning samarali mexanizmlarini joriy etish orqali sug'urta bozorining ishonchliligi va barqarorligini ta'minlashga qaratilgan sug'urta faoliyatini tartibga solish tizimini institutsional rivojlantirish;

sug'urta bozori professional ishtirokchilarining kapitallashuv darajasini, to'lov qobiliyati va moliyaviy barqarorligini oshirish, ularning aktivlari sifatini yaxshilash, shuningdek, sug'urtalovchilarning investitsiya faoliyatini rivojlantirish;

sug'urta brokerlari faoliyatini faollashtirish, sug'urta agentlarining ishlash tizimini takomillashtirish, bank sug'urta mexanizmlarini joriy etish, shuningdek, umuman sug'urta bozori professional ishtirokchilarining rolini oshirish orqali sug'urta bozori infratuzilmasini rivojlantirish va kengaytirish;

sug'urta xizmatlari iste'molchilari va sug'urta faoliyatining boshqa sub'ektlari huquqlari himoyasini kuchaytirish, aholining sug'urta savodxonligini va sug'urtaga bo'lgan ishonchini oshirish, sug'urta bozorining ochiqligi va shaffofligini ta'minlash;

yangi innovatsion sug'urta mahsulotlarini joriy etish va talab yuqori bo'lgan an'anaviy mahsulotlarni rivojlantirish orqali ko'rsatilayotgan sug'urta xizmatlari hajmlarini, turlarini kengaytirish va sifatini oshirish;

sug'urta faoliyatini tashkil etish va tartibga solish sohasida zamonaviy axborot texnologiyalaridan keng foydalanish, sug'urta xizmatlarining elektron turlarini faol joriy etish va rivojlantirish;

sug'urta bozori mutaxassislarini tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tizimini takomillashtirish, sug'urta sohasida

ta'lim berishning zamonaviy usullarini qo'llash, ilmiy-tadqiqot faoliyatini rag'batlantirish;

milliy sug'urta bozorining ijobiy imijini shakllantirish va yuqori darajada ushlab turish hamda uning investitsiyaviy jozibadorligini, shu jumladan, milliy sug'urta bozorini xalqaro va xorijiy sug'urta bozorlari bilan integratsiyalashuvni jadallashtirish orqali oshirish.

Umuman olganda, sug'urtada biznes jarayonlarini masofadan turib boshqarishni tashkil etish nafaqat kompaniyada ish yuritish xarajatlari tejalishini, balki bir vaqtning o'zida sug'urtaning ko'lamini kengaytirish imkonini beradi.

2.2. Sug'urta mahsulotlarini yaratish va sotish texnologiyasi

So'nggi yillarda O'zbekistonda sug'urta marketingi rivojlanishining asosiy tendentsiyalaridan biri sug'urta mahsulotlari xususiyatlarining iste'molchilar ehtiyojlariga mos kelishiga e'tibor kuchayishi bo'ldi. Sug'urtalovchilar uchun eng mas'uliyatli bosqich bu yangi sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqish va joylashtirish hisoblanadi. Shuning uchun ular sug'urta mahsulotini ishlab chiqishda zamonaviy kompleks yondashuvni qo'llashi shart. Yangi mahsulotga bo'lgan ehtiyoj quyidagi uchta sababga ko'ra paydo bo'lishi mumkin:

agar sug'urtalovchi ushbu bozorda hali ishlamagan bo'lsa va boshqa kompaniyalarning tajribasi unga mos kelmasa;

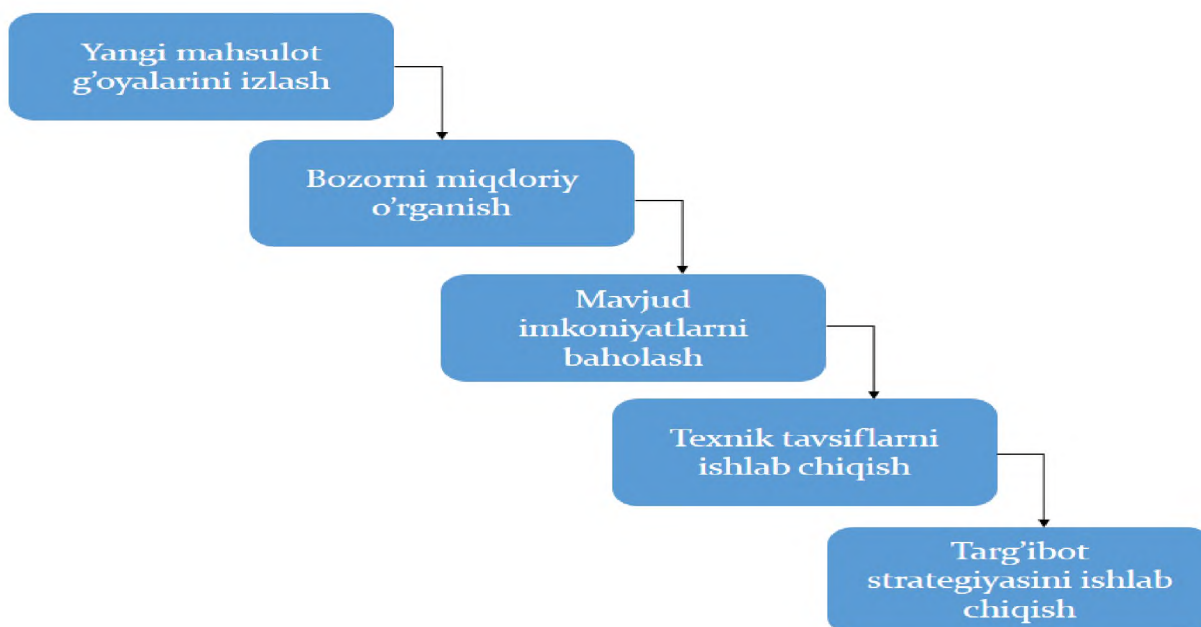
agar kompaniya ma'lum bir segmentda bozor yetakchilaridan chiqib ketmoqchi bo'lsa;

ommaga tanish bo'lmagan mutlaqo yangi mahsulotni e'tiborni jalb qilish vositasi sifatida ishlatib, ma'lum bir segmentda kashfiyotni amalga oshirish zarur bo'lganda.

Har qanday sug'urta mahsuloti bo'yicha ishlarning dastlabki bosqichi - bu sug'urta bozorini o'rganish asosida va undan kelib chiqadigan asosiy g'oyaning paydo bo'lishi hisoblanadi. Shundan so'ng potentsial bozorni miqdoriy tadqiq qilish bosqichi boshlanadi, bular: sug'urta mahsulotining jozibadorligini miqdoriy baholash, potentsial auditoriyani miqdoriy baholash, bozor raqobatini aniqlash va raqobatchilarning mumkin bo'lgan harakatlarini prognoz qilish nuqtai nazaridan marketing tadqiqotlarini olib borish. Keyinchalik yangi sug'urta mahsulotini texnik tatbiq etish, shuningdek tijoratlashtirish uchun zarur bo'lgan imkoniyatlar, vaqt va kuchlar baholanadi. Quyidagi rasmda mazkur jarayon aks etadi (4-rasm).

4-rasm. Sug'urta mahsulotlarini yaratish bosqichlari⁶

Ushbu bosqichda sug'urtalovchining zarur moliyaviy salohiyatga ega



ekanligi (yoki yo'qligi), yetarli miqdorda o'qitilgan agent kadrlari, marketing va aktuar hisob-kitoblar sohasidagi mutaxassisleri, ya'ni, yangi sug'urta mahsulotini batafsil ishlab chiqish va tijoratlashtirish uchun zarur bo'lgan omillar o'rganiladi.

Sug'urta mahsulotlarini rivojlantirishning ushbu bosqichi yakunida uning asosiy texnik tavsiflari keltiriladi. Keyin sug'urtalovchi sug'urta mahsulotlarini batafsil ishlab chiqishga kirishadi. Sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqishda quyidagilar aniqlanadi: kafolatlar, sug'urta summalari, chegirmalar, tariflar, shartnomalarning maxsus shartlari (xususan, hayotni sug'urtalashda muhim ahamiyatga ega bo'lgan shartnomani muddatidan

⁶ Rasm muallif tomonidan chizilgan.

oldin bekor qilish shartlari), bonus (sug'urtalovchining sug'urtalanuvchining foydasida ishtirok etishi), sug'urta mukofotlari, ularni o'tkazish shartlari va hokazo. Shundan so'ng, sug'urtalash shartlarining huquqiy tahlili o'tkaziladi.

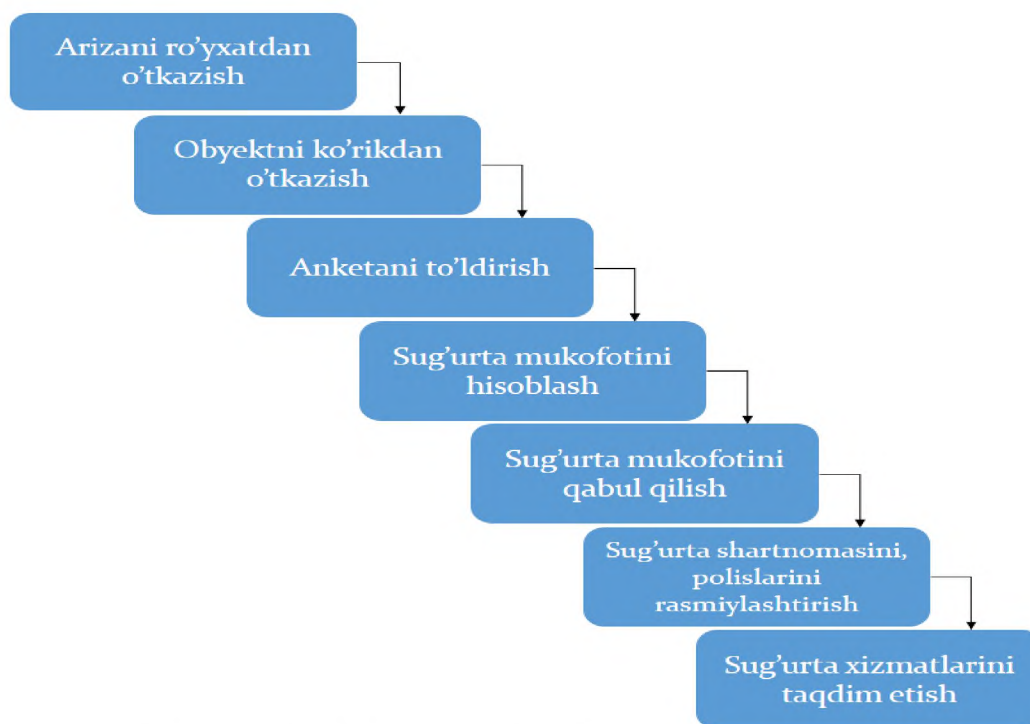
Sug'urta mahsulotlari savdosini tashkil qilish sug'urta kompaniyasining muhim va sarmashaqqat jarayonlaridan biridir. Sotish tizimining asosiy vazifasi bo'lib sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasida samarali munosabatlarning o'rnatilishi yoki bu tizimning qanday tashkil etilishi to'g'ridan to'g'ri kompaniyaning daromadiga bog'liq bo'ladi. Sug'urtalovchining sug'urta mahsulotini sotish tizimidagi asosiy tamoyili iste'molchining talabini maksimal darajada qondirish va buning natijasida sug'urta mahsuloti savdosini yuqori darajaga chiqarishdan iborat. O'z-o'zidan sug'urta xizmatlari bozori sug'urta operatsiyalarining ketma-ketligini ifodalaydi va quyidagi asosiy bosqichlarni o'z ichiga oladi:

1) tayyorlov faoliyati (bozor tuzilishi, potensial mijozlarni aniqlash, mavjud va yashirin holdagi talab va ehtiyojlarni aniqlashtirish, sug'urta qildiruvchiga murojaat qilishning eng maqbul yo'lini topish);

2) sug'urta mahsulotini sotish (mijoz bilan aloqa o'rnatish, sug'urta qildiruvchida sug'urta qildirishning zaruriyatiga ishonch tuyg'usini shakllantirish, sug'urta shartnomasini rasmiylashtirish);

3) savdodan keyingi xizmat ko'rsatish (axborot olish, yuridik tarafdin va maslahat berishni qo'shib olib borish, sug'urta holatlarini tekshirish, ko'rilgan zarar hajmi, sug'urta holatlarini tartibga solish, sug'urta hodisasining oqibatlarini tugatishga ko'maklashish).

Agar sug'urta mahsulotini sotish kanali sug'urta qildiruvchining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda qurilsa, bu tizim samarali bo'ladi. Bu esa bozor tizimining o'z ishining bilimdonlari tomonidan ta'minlanganini bildiradi. Sug'urtalovchi sug'urta talablariga ko'ra bir-biriga yaqin bo'lgan mijozlarni bir turdagi guruhlariga ajratadi va iste'molchilarga murojaat etishning samarali yo'llarini aniqlab, bozorni soddalashtirishga harakat qiladi. Sug'urtalovchi iste'molchilarning belgilangan bo'g'iniga mansub sug'urta xizmatlarini sotish jarayonida bu xususiyatlar noto'g'ri baholanganda, ularning faoliyat yakuni, ayniqsa, savdo hajmi talabga javob bermaydi. Shuning uchun savdoni samarali o'tkazish maqsadida sug'urtalovchi nafaqat xizmatga talabni baholaydi, balki savdo yo'llari, usullari va texnologiyalarni o'ylab topadi. Quyidagi rasmda sug'urta mahsulotlarini sotish bosqichlari keltirilgan (5-rasm).



5-rasm. Sug'urta mahsulotlarini sotish bosqichlari⁷

Amaliyotda sug'urta kompaniyalari o'z mahsulotlarini sotishning turli yo'llaridan foydalanadilar. Hozirgi paytda sug'urta mahsulotini sotishning bir qancha yo'llari mavjud⁸:

1) sug'urtalovchining shtatdagi va shtatdan tashqari xodimlari bo'lgan vakillari (agentlari) orqali va shunda sotishning bu yo'li kompaniyaning eng muhim yo'nalishiga aylanadi;

2) sug'urta hamkorligi doirasida taqdim qilingan sug'urtalovchi vakolatiga muvofiq mustaqil ixtisoslashgan sug'urta vositachilari – brokerlar orqali;

3) sug'urta mahsulotini sotish asosiy mashg'uloti hisoblanmaydigan mustaqil vositachilar – bank, supermarket, avtosalon, sayohat agentliklari, pochta va boshqa tashkilotlar orqali – sug'urtalovchi bilan tuzilgan operatsiya to'g'risidagi bitim doirasida;

4) bevosita sug'urta kompaniyasi ofisida;

5) telefon, pochta yoki kompyuter tizimi orqali.

Agar sug'urta qildiruvchi sug'urta polisini olish uchun bevosita sug'urta kompaniyasiga murojaat qilsa va to'g'ridan-to'g'ri sug'urta shartnomasini tuzsa, demak, jarayon sotishning to'g'ridan-to'g'ri, vositasiz usulidan foydalanilgan bo'ladi. Bunday usul sug'urtalovchiga ancha arzon tushadi, chunki sotish zanjirida vositachi ishtirok etmaydi va mijoz

⁷ Rasm muallif tomonidan chizilgan.

⁸ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales" ma'lumotlari.

to'g'ridan-to'g'ri sug'urtalovchiga murojaat etadi. U buni xohlagan sug'urta ofisiga kelib, telefon orqali yoki sug'urtalovchining saytiga kirib murojaat qilishi mumkin. Sug'urta kompaniyasi telefon orqali yoki internet kanallari orqali mol-mulk yoki tibbiy tekshiruv ko'rigini talab qilmaydigan birmuncha oddiy sug'urta mahsulotlarini sotishi mumkin. Ko'pincha bu standartlashgan polislarni sug'urta qildiruvchi internet, pochta yoki kuryer orqali olishi mumkin.

2-jadval

Sug'urta mahsulotlarini sotish tizimining xususiyatlari⁹

Sug'urta vositachilari	Sotish tizimining faolligi	Kam xarajat talab qiladigan sotuvlar	Qo'shimcha xizmatlarni ko'rsatish imkoniyatlarning mavjudligi	Sug'urta hodisalari va risklarni qayta ishlashning chuqurligi
Brokerlar	+	-	+	+
Mustaqil sug'urta faoliyati bilan bog'liq bo'lmagan vositachilar	-	+	-	Infratuzilmaga mos qo'shimcha shaxslarni tayyorlash imkoniyati
Agentlar	+	-	+	
Ofisdagi sug'urtachilar	-	+	-	
Telefon, pochta yoki kompyuter orqali	+	+	-	

Eslatma: "+" — ushbu tizim ko'rsatilgan mezonga mos, "-" — nomuvofiq.

So'nggi paytlarda sotuvning ko'payishi va osonlashishiga sug'urtalovchilar, ayniqsa, internet tarmog'i katta imkoniyatlar yaratmoqda. Internet-ofis tashkil etilishi tufayli sug'urtalovchi haqiqiy ofisni ta'minlashga ketadigan xarajatlarni qisqartirish imkoniga ega bo'ladi va hujjatlarni elektron shaklda jo'natadi. Shartnomaning avtomatlashtirilgan parametrdagi hisob-kitobi va shartnomani ro'yxatga olish, elektron to'lovlar ko'plab xodimlarning to'lov jarayonini qisqartiradi. Shunday qilib, bitimlar bo'yicha virtual ofisda olib borilgan

⁹Jadval www.Studme.org internet sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

transaksion xarajatlar odatdagi ofisda mijozga xizmat qilishga ketgan xarajatlardan birmuncha arzon bo'ladi.

Agar shartnomalarni tuzish jarayoni sug'urta vositachilarini jalb etish orqali amalga oshirilsa, unday holda gap sug'urta mahsulotlarini vositali sotish to'g'risida ketmoqda. Shuningdek, vositali sotuvlarda sug'urta asosiy mahsulot – mashina, uy, uyali telefon, maishiy texnika, bank plastik kartasi, turistik yo'llanma va boshqalarga qo'shimcha bo'lishi mumkin.

Zamonaviy sug'urtalovchining sotish tizimi sug'urta qildiruvchilarning keng qatlamiga mo'ljallangan bo'lib, quyidagi asosiy qismlarni o'z ichiga oladi:

1) sotish tizimining faolligi:

a) jismoniy shaxslarga (passiv jismoniy shaxslarga sug'urta polislarini sotish tuzilmasi);

b) yuridik shaxslarga (mayda, o'rta va yirik korxonalariga sug'urta mahsulotlarini sotishda agentlik xizmati);

2) sotishning passiv (sust) tizimi:

a) jismoniy shaxslarga (faol sug'urta qildiruvchilarga sug'urta mahsulotini sotish tizimi);

b) yuridik shaxslarga (mustaqil ravishda sug'urtalovchini tanlash imkoniga ega mayda, o'rta va yirik firmalar bilan ishlash tarmog'i).

Bu qismlarga muvofiq sug'urtalovchi sotish tizimida tanlashni amalga oshiradi. Sug'urta kompaniyasining passiv sotish holatida sug'urta qildiruvchi sug'urtalovchining ofisi yoki savdo shahobchasida sug'urta polisini to'g'ridan-to'g'ri bevosita sotib oladi. Bunda sug'urta qildiruvchi sug'urtalovchidan farqli o'laroq, faol tomon bo'lib ishtirok etadi. Bu yerda sug'urta qiluvchi unga nima kerakligini biladi va o'z tanlovini mustaqil amalga oshiradi. Ularning tanlovi sug'urta polisining narxiga ta'sir qiladi, shuning uchun sug'urta kompaniyasi ularning talabi bilan tizim orqali aksiya va narxlarni kamaytirishni boshqaradi. Faol sotishda esa sug'urta kompaniyasi bor kuchini maqsadga yo'naltirgan holda mijozlarni jalb qilishga sarflaydi. Bunda kompaniya agent va brokerlarning xizmatlariga murojaat qiladi.

Sug'urta mahsuloti sotuvi – mijozlar ehtiyojini, ularning iste'molchilik xatti – harakatlarini aniqlash, sug'urta shartlarining, mukofot va qo'shimcha xizmatlar miqdorining maqbulligi hamda jozibadorligini ta'minlash uchun ilgari o'tkazilgan marketing xatti-harakatlarini yakunlovchi bosqichdir. Sotuv jarayoni, ya'ni sotuv bitimi – sug'urta qiluvchi va sug'urtalanuvchi o'rtasidagi o'ziga xos marketing ko'prigi hisoblanadi. Sug'urtalovchining agentlari mijozni u

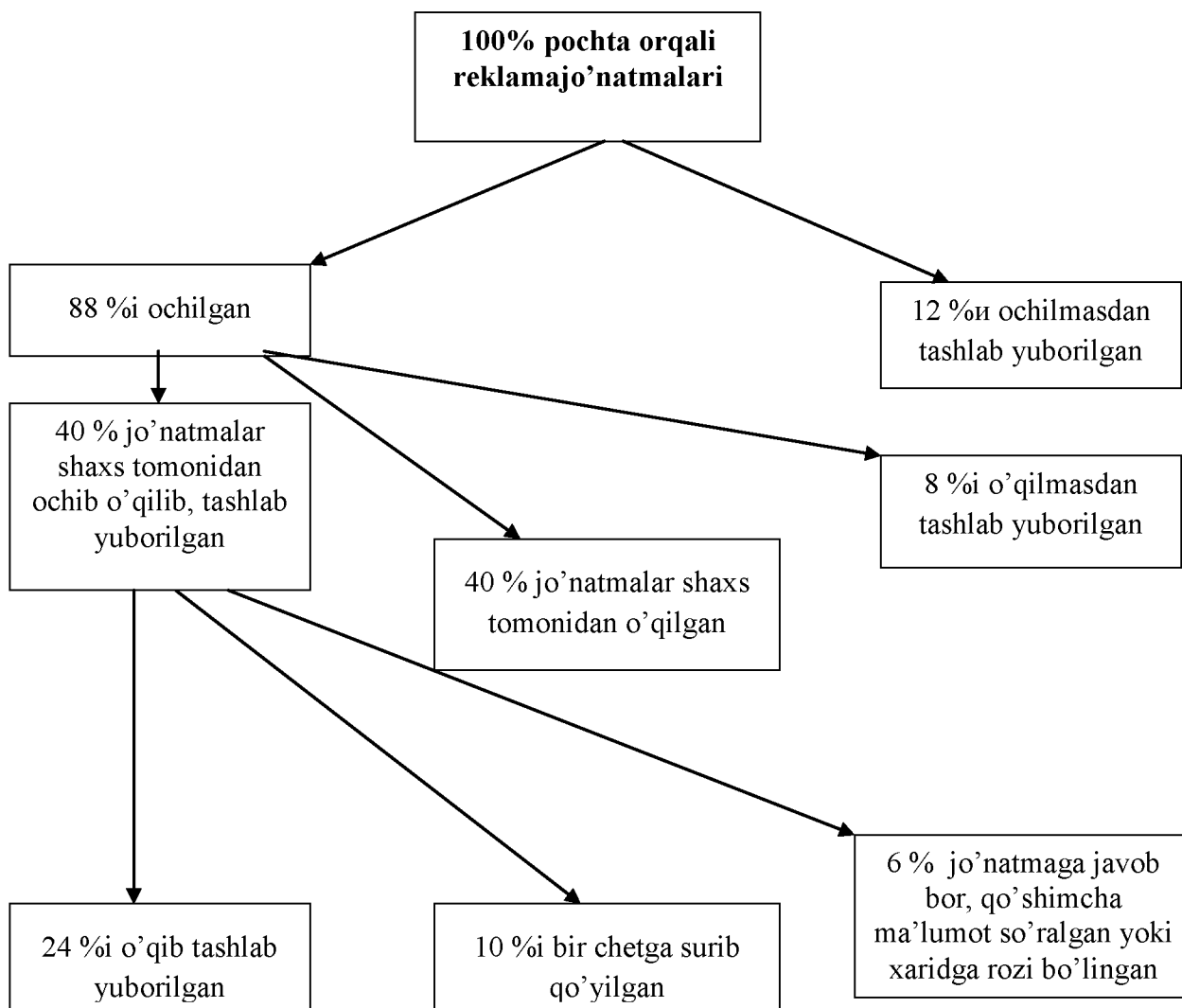
sugʻurtalanishi lozim ekanligiga, mazkur sugʻurta qiluvchining xizmatlari uning sugʻurtaga boʻlgan talabini toʻliq qondira olishiga, toʻlanadigan sugʻurta mukofoti esa – sugʻurta qoplamasi uchun unchalik qimmat boʻlmagan toʻlov ekanligiga ishonirish uchun ancha kuch-gʻayrat sarflashlari darkor. Sugʻurta mahsulotlari sotuvini tashkil etish boʻyicha bir necha umumiy talablar mavjud. Mijoz sugʻurta qoplamasini qayerdan sotib olishi mumkinligini bilishi, savdo shahobchasiga kirish oson hamda erkin boʻlishi, mijozlarga diqqat-eʼtibor va xushmuomalalik bilan xizmat koʻrsatilishi zarur.

Sugʻurta mahsulotlarini sotishni bir qancha usullardan foydalangan holda amalga oshirish mumkin. Sugʻurta mahsulotlarini aholiga qulay va oson hamda tezda sotishni amalga oshirishda ularni internet orqali toʻgʻridan-toʻgʻri sotish ham keng yoʻlga qoʻyilgan¹⁰. Toʻgʻridan-toʻgʻri sotuv sugʻurta mahsulotini tarqatishning oddiy va nisbatan arzon usuli hisoblanadi. Keyingi vaqtda muloqotning anʼanaviy usullari (pochta va telefon) qatoriga kompyuter tarmoqlari ham qoʻshildi. Uning afzalligi shundaki, sugʻurta qiluvchi va sugʻurtalanuvchi oʻrtasidagi muloqot yana ham soddalashib, tezlashib ketdi. Mijoz oʻz munosabatini tayyorlab, uni sugʻurta qiluvchiga “sichqon”ni bosish orqali joʻnatib yuborishi va tezda javobini ham olishi mumkin. Kompyuter tarmoqlari orqali sugʻurta reklamasini tarqatish ham ancha tezlashib ketdi. Bundan tashqari, sugʻurtalanuvchi kompaniyaning serveriga ulanib, xatarlar tarifkatsiyasi masalasida axborot olishi ham mumkin.

Sugʻurta mahsulotlarini sotishda mijozlarga pochta reklamasini joʻnatish va telefon orqali qoʻngʻiroq qilish toʻgʻridan-toʻgʻri sotishning asosiy vositalaridir. Pochta joʻnatmalari ichiga taklif etilayotgan sugʻurta mahsulotlarining bayoni, shuningdek, pochta xarajati sugʻurta qiluvchi tomonidan toʻlab qoʻyilgan qaytarib yuboriladigan javob talonidan iborat. Agar taklif mijozga qiziqarli boʻlib tuyulsa, u talonni toʻldirib, uni joʻnatuvchiga qaytarib yuboradi. Olingan maʼlumotlar asosida sugʻurta qiluvchi mazkur mijoz uchun sugʻurta mukofotini hisoblaydi va shartnomani mijozga imzolash uchun joʻnatib yuboradi. Shundan soʻng mijoz yana pochta orqali sugʻurta mukofotini kompaniya hisobiga oʻtkazadi. Yuqori samaraga erishish uchun sugʻurta qiluvchilar, shuningdek, bevosita marketingning boshqa foydalanuvchilari ham pochta reklamasining “yopirilishini” koʻpaytiradilar. Imzolangan sugʻurta

¹⁰Jask Kinder, Jr.Garry Kinder” Secrets of Successful Insurance Sales” maʼlumotlari.

shartnomalarining yuborilgan pochta jo'natmalari soniga nisbati o'rtacha 0,7 foizni tashkil etadi. Tadqiqotlar pochta orqali reklama jo'natmalari yuqori samaraga ega ekanligini ko'rsatdi. Masalan, Fransiyada pochta orqali yuborilayotgan shartnomalarning 78 foizi hatto bu reklama mazkur mijozga moslashtirilmagan va umumiy xususiyatga ega bo'lsada, o'qib chiqiladi. Konvertlarda yuborilgan reklama jo'natmalarining o'rtacha "taqdiri" quyidagi chizmada keltirilgan.



1-chizma. Konvertlarda yuborilgan reklama jo'natmalarining "taqdiri"¹¹

Jo'natilgan nomalar konvertlarga joylashtirilgan bo'lsa, ularning o'qilishi 88 foizgacha o'sishi ham mumkin. Biroq agar shartnoma 20 grammdan yengil bo'lsa, bu ko'rsatkich 54 foizga tushib ketadi. Aholining 56 foizi pochta orqali reklama jo'natilishi iste'molchilarni mahsulotlar va xizmatlar to'g'risida boxabar etish uchun foydali hamda kerakli ekanligini

¹¹Jask Kinder, Jr.Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales" ma'lumotlari.

tan oladi. Telefon usuli pochta orqali muloqotdan birmuncha farq qiladi. Bu o'rinda agentning ehtimoldagi mijoz bilan telefon orqali so'zlashuvi muqaddima bo'lib xizmat qiladi¹². Agar taklifga dastlabki munosabat ijobiy bo'lsa, sug'urta qiluvchi mijozga taklifni yozma ravishda yuboradi va keyingi harakatlar "pochta" usulida davom etadi. Buyuk Britaniyada masalan, bunday usul bilan avtomobil sug'urtasi mahsulotlarining 35 foizi sotiladi.

2.3. Sug'urta biznesida tariflarni ishlab chiqish uslubiyoti

Mijoz sotib olayotgan sug'urta xizmati uchun to'lashi kerak bo'lgan sug'urta mukofoti miqdorini hisoblash uchun sug'urta tarifi stavkasini aniqlash lozim bo'ladi. Sug'urta mukofotlarining tarif stavkalari tarif davri uchun hisoblab chiqiladi, har qanday sug'urta turi bo'yicha tarif stavkasi brutto-stavka sifatida qaraladi va u ikki qismdan: netto-stavka (sug'urta qoplamasi to'lovlari uchun zaxira summasi) va sug'urtachining faoliyat yuritish xarajatlaridan (odatda u "yuk" deb ataladi) iborat bo'ladi. Brutto-stavkada bu ikkala qismning nisbati, ularning mohiyatidan kelib chiqib, turlicha foizlarda belgilanishi mumkin. Netto-stavka brutto-stavkaning asosini tashkil etadi va uning hissasiga, sug'urta turiga qarab, 60-95 foizgacha ulush to'g'ri kelishi mumkin, "yuk" hisobiga esa, shunga mos ravishda odatda 5-40 foiz ulush belgilanadi.

Sug'urta shartnomasi bo'yicha qancha sug'urta turi sug'urtalanayotgan bo'lsa, netto-stavka ham shuncha qismdan iborat bo'ladi. Masalan, hayotni aralash sug'urtalash bo'yicha netto-stavka belgilangan davrgacha yashaganligi uchun, o'lim holati yuz berganligi uchun, mehnat faoliyatini yo'qotish holati uchun kabi netto-stavkalardan tashkil topadi.

"Yuk"da sug'urta ishini olib borish xarajatlari aks etadi. U quyidagi qismlarni o'z ichiga oladi:

- ma'muriy-xo'jalik xarajatlari (uning asosini tashkilot shtatidagi xodimlarga to'lanadigan maoshlar summasi tashkil etadi);
- sug'urta polislarining joylashtirganligi uchun haqlar;
- sug'urta agentlari, menejerlar uchun haqlar.

To'lov shakllari, odatda brutto-stavka yoki "yuk"ka nisbatan foizlarda aniqlanadi. Foiz to'lovlaridan tashqari rag'batlantirishlar ham

¹² Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales" ma'lumotlari.

amalga oshirilishi mumkin.

Umumiy sugʻurta qilish tarmogʻi klasslari boʻyicha “yuk” sugʻurta ishini yuritish xarajatlaridan tashqari ogohlantirish zaxirasiga ajratmalar qilish va rejalashtirilgan foyda summalarini ham oʻzida aks ettiradi. Brutto-stavkani hisoblashda dastlab netto-stavka aniqlab olinadi, soʻngra unga “yuk” (odatda brutto-stavkaga nisbatan foizlarda) qoʻshib hisoblanadi. Brutto-stavka qoʻyidagicha aniqlanadi:

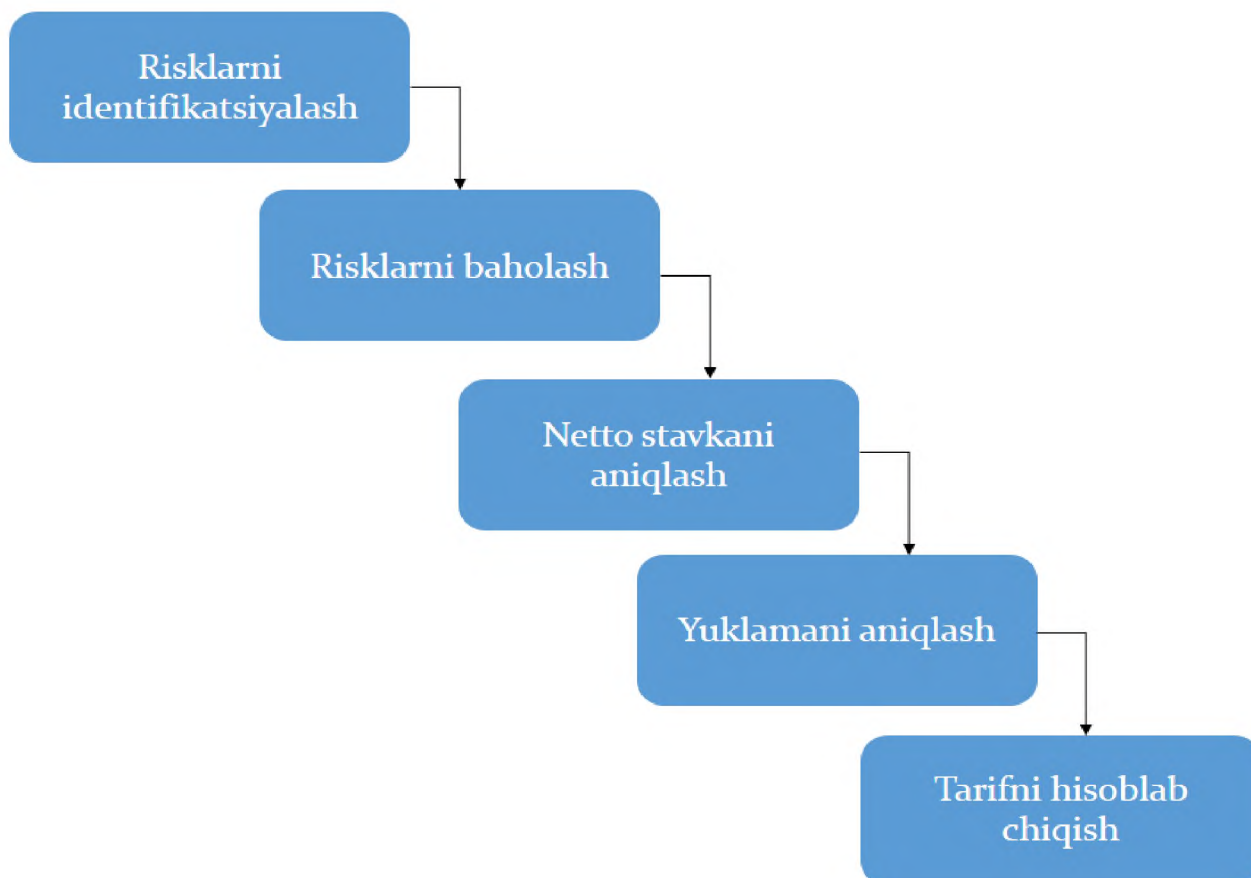
$$MS = \frac{HC}{100 - IO(\%)}$$

Bu yerda, MS - brutto-stavka;

NS - netto-stavka;

Yu(%) - yuk (foizlarda ifodalanadi).

Majburiy sugʻurta turlari boʻyicha tariflar meʼyoriy hujjatlar bilan oʻrnatilsa, ixtiyoriy sugʻurtada esa, sugʻurtalovchi tomonidan mustaqil ravishda aniqlanadi.



6-rasm. Sugʻurta tariflarini ishlab chiqish bosqichlari¹³

¹³Rasm muallif tomonidan chizilgan.

Tarifni aniqlash uslubiyoti, tarif stavkasi va uning dastlabki ma'lumotlar manbasi, netto-stavka va "yuk" ulushlari ko'rsatilgan holda tarif hisob-kitoblari maxsus vakolatli Davlat organiga taqdim etiladi. Mazkur organ tomonidan ruxsat berilganidan so'ng sug'urta tashkiloti o'zi hisoblab chiqqan sug'urta tarifini qo'llash huquqiga ega bo'ladi. Har bir sug'urta shartnomasi bo'yicha sug'urta tarifining hajmi sug'urta ob'ektini tavsiflovchi qator holatlarni hisobga olgan holda tomonlarning o'zaro kelishuviga ko'ra belgilanadi. Quyidagi rasmda sug'urta kompaniyalarida tariflarni ishlab chiqish bosqichlari keltirilgan (6-rasm).

Umumiy sug'urta qilish tarmog'i klasslari bo'yicha tarif stavkasini aniqlashda netto-stavka hisob-kitobi muhim hisoblanadi. Aynan uning hisobidan sug'urtalanuvchilar ko'rgan zararning qoplama to'lovlari amalga oshirilishi nazarda tutiladi.

Sug'urta tashkiloti mukofot undirilishi hisobiga sug'urta hodisasi yuz berishi oqibatida sug'urtalanuvchi ko'rgan zararni qoplash uchun yetarli miqdordagi summani jamlab olishi muhimdir. Masalan, har yili sug'urtaga qabul qilingan 1000 xonadondan 6 tasi butunlay yonib ketishi hodisasi ro'y beradi deb faraz qilsak, har bir xonadonning bahosi 1 mln. so'm bo'lsa, bu holatda sug'urtalovchi (1 mln. x 6) 6 mln. so'm miqdoridagi pul fondiga ega bo'lishi talab etiladi. Bu sug'urta qoplamasi summasini sug'urtalangan ob'ektlar soniga bo'lish orqali har bir sug'urtalanuvchiga to'g'ri keladigan ($6 \text{ mln. so'm} : 1000 = 6 \text{ ming so'm}$) sug'urta mukofoti aniqlanadi. Aynan shu summa aniq bir sug'urta ob'ekti uchun hisoblab chiqilgan netto-stavkadir.

O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan sug'urta kompaniyalari tomonidan netto-stavkani hisoblash amaliyotda birmuncha murakkabroqdir. Negaki sug'urtalangan ob'ektning (bir qismi yoki batamom) zarar ko'rganligi darajasi, sug'urta hodisalari (yong'in, suv toshqini va boshqa) sonining yillar bo'yicha tafovuti, shuningdek, boshqa qator dalillarni ehtimollikka asoslanib bashorat qilish va hisobga olish kerak bo'ladi. Mol-mulk (bino, uy xayvonlari, qishloq xo'jaligi ekinlari)ning turli sug'urta hodisalari (yong'in, kasalliklar, sovuq va shu kabilar) yuz berishi oqibatida zarar ko'rishi yoki halokatga uchrashi ehtimoli turlichadir. Shundan kelib chiqib, ob'ektlarning shartnomada qayd etilishi nazarda tutilayotgan sug'urta hodisalaridan sug'urtalash bo'yicha tarif stavkalari ham turlicha belgilanishi mumkin.

3-MAVZU. SUG'URTA MARKETINGIDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARINING QO'LLANILISHI

3.1. Sug'urta biznesida marketingning ahamiyati va uning yuritilishi

Sug'urtalash jarayoni mijozning ehtiyojlarini o'rganishdan boshlanadi. Sug'urta marketingi – bu sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchining o'zaro anglashuvi va samarali o'zaro ta'siri – ularning moliyaviy va iqtisodiy munosabatlarini optimallashtirishga erishiladigan konsepsiyalar va uslublar tizimidir, bu sug'urtalovchilarning turli ehtiyojlarini yuqori sifatli, nisbatan arzon va to'liq sug'urta qoplamasida eng yaxshi ta'minlashga, ya'ni kompaniya uchun sug'urta operatsiyalarining yuqori rentabelligini ta'minlashga qaratilgan tizimdir. Oddiy qilib aytganda, sug'urta marketingi sug'urtalovchi va sug'urtalanuvchining o'zaro manfaatlari va ehtiyojlarini hisobga olishga yo'naltirilgan munosabatlar tizimidir. Sug'urta marketingi deganda ko'pincha sug'urtalovchi tomonidan iste'molchining ehtiyojlarini imkon qadar to'la qondirish orqali foydani maksimallashtirish tushuniladi.

Sug'urta marketingi sug'urta tashkilotlarining bozorda ishlash uslubi, sug'urta bozori metodologiyasi bo'lib, potensial sug'urtalanuvchilar va ularning talab-istaklarini o'rganish, ularga mos sug'urta mahsulotlarini yaratish, narx belgilash, sug'urta mahsulotlarni yetkazib berish, taqdim etish, sotish, xizmat ko'rsatishni tashkillashtirish usullari, vositalari, tartib-qoidalari majmui hisoblanadi. Bularning barchasi talab bilan taklifni o'zaro muvofiqlashtirishga xizmat qiladi.

Ijtimoiy ahamiyati nuqtai nazaridan sug'urta marketingi to'rtta muqobil maqsadlarga ajratiladi:

1. Iste'mol darajasini oshirish.
2. Potensial sug'urtalanuvchilarning talabi qondirilishini maksimallashtirish.
3. Iste'mol tanlovini maksimallashtirish.
4. Sug'urta bozorida xizmatlar sifatini oshirish.

Sug'urta marketingi faoliyati natijasi o'lchamli bo'lishi kerak (sug'urta bozori ulushi, sotish hajmi, foydaning o'sishi). Sug'urta marketingining mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi:

- potensial sug'urtalanuvchilarga nima kerak bo'lsa, shuni ishlab chiqish kerak;

- sugʻurta bozorida sugʻurta mahsulotlari va xizmatlar taklifi bilan emas, balki potensial sugʻurtalanuvchilar muammolarini yechish vositalari bilan ishlash;

- sugʻurta mahsulotini yaratishni ehtiyoj va talabni tadqiq qilgandan soʻng tashkil etish kerak;

- sugʻurta marketingi konsepsiyasi vositalarini qoʻllash asosida sugʻurta marketingi dasturini shakllantirishga olib keluvchi qoʻyilgan maqsadlarga erishish uchun kompleks yondashish va maqsadli dastur uslubini ishlatish;

- sugʻurta mahsulotini isteʼmolchiga taqdim etishning barcha boʻgʻinlarini sugʻurta marketingi bilan qamrab olish maqsadida bir vaqtning oʻzida maqsadli yoʻnaltirilgan taʼsir asosida sugʻurta bozori talabiga mos keluvchi sugʻurta mahsulotini ishlab chiqish strategiya va taktikasini qoʻllash;

- sugʻurta tashkiloti faoliyatini va sugʻurta marketingi xizmatini sugʻurta bozorida mahsulot xulq-atvorini bashorat qilish va strategik rejalashtirishni amalga oshirish asosida samarali kommunikatsiyaning uzoq muddatli istiqboliga moʻljal olish;

- sugʻurta mahsulotining yashash davri bosqichlarini ishlab chiqish va sugʻurta mahsulotini taqsimlashning ijtimoiy va iqtisodiy omillarini hisobga olish;

- talab va taklifni balanslashtirish maqsadida rejalarni tarmoqlararo koordinatsiyalash va oʻzaro taʼsirini ushlab turish;

- sugʻurta mahsuloti, sugʻurta bozori yoki sugʻurta tashkiloti imidji (obroʻyi) va raqobatli afzalliklarni qidirish va shakllantirish jarayonida aniq holatda agressivlikka, hujumkorlikka, faollikka intilish, umumiy holda sugʻurta marketingining asosiy tamoyillari – bu sugʻurta bozorini bilish, unga moslashish va sugʻurta bozoriga taʼsir oʻtkazishdan iborat¹⁴.

Sugʻurta marketingining mohiyati va maqsadlaridan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi:

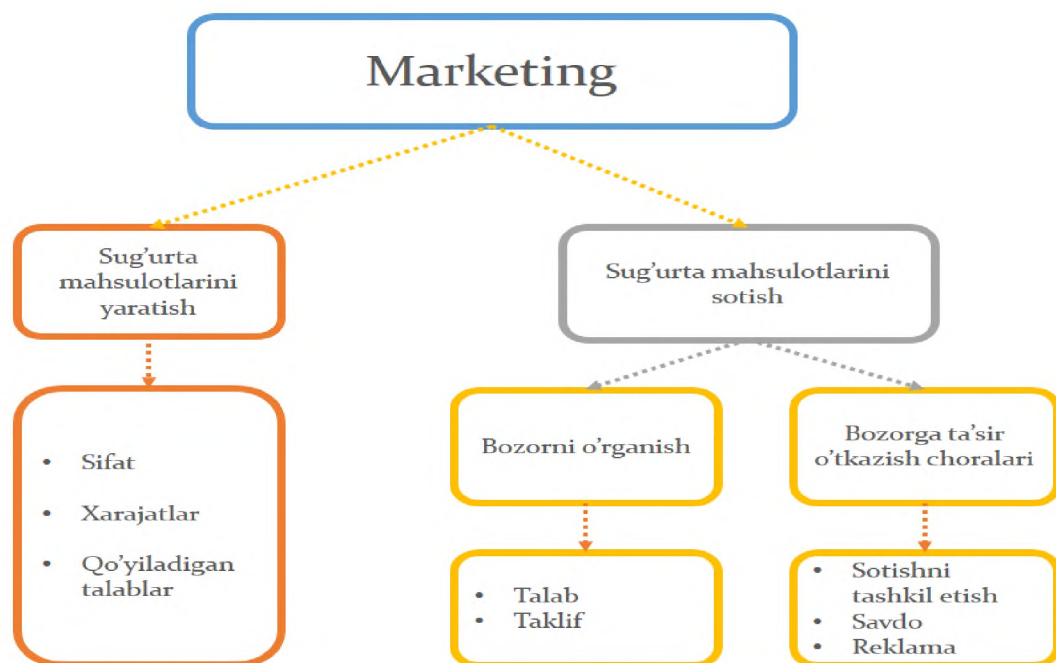
- potensial sugʻurtalanuvchilarga yoʻnaltirilgan tamoyil;

- istiqbolga yoʻnaltirilgan tamoyil, yaʼni subʼekt faoliyati istiqbolga yoʻnaltirilgan boʻlishi zarur;

- pirovard koʻrsatkichga erishishga yoʻnaltirilgan tamoyil, yaʼni sugʻurta bozori hissasi, foydaning oshishi va hokazolar.

¹⁴Seth Kravitz, Lev Barinskiy, Matt Wilson “Mastering Insurance Marketing” UK, 2010. 7-8 pg.

Sugʻurta marketingining asosiy maqsadi uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishining obʻektiv sabablari, zarurati bilan belgilanadi. Yuqorida qayd qilinganidek, sugʻurta marketingi eng avvalo sugʻurta mahsulotlari toʻplanib, sotilmay qolgan va iqtisodiyot inqirozi kuchaygan sharoitda, uni shu inqirozdan chiqarish quroli sifatida ixtiro qilingan, yaratilgan ekan. Uning maqsadi nihoyatda keng va murakkab masalalarni hal qilishga qaratilgandir. U sugʻurta mahsulotlarini sugʻurtalanuvchilar ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklif muvozanatiga erishgan holda uni tashkil etgan sugʻurta tashkilotlariga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun sugʻurta marketingi quyidagi muhim vazifalarni hal etmogʻi lozim:



7-rasm. Sugʻurta marketingining vazifalari¹⁵

xaridorlar (istemolchilar) ehtiyojini oʻrganish va aniqlash;
 sugʻurta mahsulotlariga boʻlgan ichki va tashqi talablarni oʻrganish;
 sugʻurta kompaniyasining faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;

avvalo talab va taklif toʻgʻrisida olingan maʼlumotlar asosida sugʻurta bozorini oʻrganish;

sugʻurta mahsulotlari reklamasini tashkil etish, xaridorlarning sugʻurta mahsulotlarni sotib olishga qiziqishlarini orttirish;

sugʻurta mahsulotini yaratuvchi yoki uni sotuvchi sugʻurta tashkiloti tadqiqotlarini amalga oshirish uchun maʼlumotlar toʻplash va tahlil qilish;

¹⁵Rasm muallif tomonidan chizilgan.

sugʻurta mahsulotlariga boʻlgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

Sugʻurta marketingini qoʻllashdan avval sharoitni, eng asosiysi ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot darajasini hisobga olish lozim. Chunki sugʻurta marketingi - murakkab, harakat va sabr-toqat talab qiluvchi, shu bilan birga tez samara beruvchi ishdir. U bir tomondan aholining yetarli darajada yuqori boʻlgan ehtiyoji va talabiga, uning xarid qobiliyatiga, ikkinchi tarafdin sugʻurta mahsuloti va xizmatlarni tanlashdagi erkinlikka javob berishi kerak. Sugʻurta bozori harakatining katta radiusini taʼminlash uchun sugʻurta mahsuloti assortimentini tez oʻzgartirish, uni ommaviy ravishda oʻzlashtirishga javob beradigan boʻlishi lozim. Bularning barchasi talab va taklifni muvozanatlashtirishga imkon beradi.

Sugʻurta marketingining bosh vazifasi sugʻurta kompaniyasining mavjud va potensial imkoniyatlarini baholash va amalga oshirish hamda sugʻurta bozorida talab va taklifni muvofiqlashtirish maqsadidagi imkoniyatlarni aniqlashdan iborat. Sugʻurta marketingi yoki tadbirkorlik faoliyati aniq natijaga erishish maqsadida amalga oshiriladi. Sugʻurta marketingining asosiy maqsadlari sugʻurta kompaniyasining asosiy maqsadlari bilan oʻzaro aloqadordir.

3-jadval

Sugʻurta marketingining asosiy maqsadi¹⁶

Maqsadlar	Koʻrsatkichlar
Sugʻurta bozorini egallash	Sugʻurta bozori ulushi, sugʻurta mahsulotining roli va ahamiyati, yangi sugʻurta bozorini qamrab olish
Rentabellik	Foyda, aylanmaga nisbatan rentabellik, shaxs kapitali rentabelligi, umumiy kapital rentabelligi
Moliyaviy barqarorlik	Kreditga layoqatliligi, likvidiligi, oʻz-oʻzini moliyalashtirish darajasi, kapitalning tuzilishi
Ijtimoiy maqsadlar	Ish bilan qoniqish, daromad darajasi va ijtimoiy himoya, ijtimoiy integratsiya, shaxsiy rivojlanish
Sugʻurta bozoridagi mavqe va prestij	Mustaqilligi, imidj, siyosiy sharoitga munosabati, jamiyatni tan olishi

Sugʻurta ishida marketing oʻtkazishning pirovard maqsadini qisqacha qilib quyidagi taʼrif bilan ifodalash mumkin: “Shunday

¹⁶Seth Kravitz, Lev Barinskiy, Matt Wilson “Mastering Insurance Marketing” UK, 2010. 7-8 pg.

sugʻurtalanuvchilarni topish zarurki, ular kompaniyaga oʻzlarini jalb etish uchun va mavjud sugʻurta ehtiyojlarini qondirish uchun qilingan sarf-xarajatlardan koʻproq naf keltirsinlar. Bu mijozning koʻnglini toʻp bilish sanʼatidirki, undan bir vaqtning oʻzida sugʻurta kompaniyasi rahbarlarini ham qanoatlantira bilish shart”. Shu sababli, sugʻurta sohasidagi marketingda mavjud va ehtimoldagi sugʻurta bozorining (mijozlarning) tahliliga suyanilmas ekan, samaraga erishish qiyin, yaʼni sugʻurta marketingi asosan mijozlarning va bozorning daromadlilikini oldindan tahlil qilishga, ularni jalb eta bilish va saqlab qolish qobiliyatiga bogʻliq.

3.2. Sugʻurta bozorida raqobat sharoitida innovatsion muhitning shakllanish jarayoni

Mamlakat iqtisodiyotining barqaror surʼatlar bilan oʻsishi makroiqtisodiy mutanosiblikni taʼminlash bilan bir qatorda ishlab chiqarishni tarkibiy oʻzgartirish, modernizatsiya qilish, texnik va texnologik yangilanish ishlarini davom ettirmoqda. Zero izchillik bilan amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar barcha sohalarda boʻlgani kabi sugʻurta sohasida ham oʻz samarasini bermoqda. Hozirgi iqtisodiy nobarqarorlik, biznes-modellarning va texnologiyalarning yuqori surʼatda oʻzgarishi, mahsulotlar hayotiylik davrining tezlashishi sugʻurta kompaniyalari raqobatbardoshligini innovatsiyalardan foydalanmay turib oshirishning imkoni mavjud emasligini isbotlamoqda.

Sugʻurta kompaniyalari raqobatbardoshligi uning maʼlum bir sohada boshqa raqib sugʻurtalovchilardan ustunligini anglatadi. M.Porterning fikricha, raqobatbardoshlik oʻz navbatida resurslardan samarali foydalanishni aks ettiradi¹⁷. Sugʻurta kompaniyalari raqobatbardoshligini oshirish yoʻllaridan biri innovatsiyalarni ishlab chiqish va ulardan foydalanish hisoblanadi. Shuningdek, bozor sharoitlarining doimiy oʻzgarishi sugʻurta marketingida innovatsiyalarni qoʻllash zaruratini oshiradi.

Inqirozli vaziyatlar sharoitida isteʼmolchilar ehtiyojiga tayangan holda mahsulotlarni yaratish sugʻurta kompaniyalarining bozordagi raqobatbardoshligini oshiradi va oʻz faoliyatini samarali amalga oshirish imkoniyatlarini beradi. Tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, texnologik innovatsiyalar uchun moliyaviy resurslar bilan bogʻliq muammolar yuzaga

¹⁷Drucker, P.F. Management: tasks, responsibilities, practices, Transaction Publishers, New Brunswick, N.J.; London, 2007

kelganda innovatsion sugʻurta marketingi sugʻurta kompaniyalarining raqobat kurashida asosiy dastak boʻlib xizmat qiladi va ularning bozor muhitidagi faoliyati uning mijozlari tomonidan belgilanadi. Agar mijozlar sugʻurta mahsuloti va xizmatlarini ularni yaratishga sarflangan xarajatlarga nisbatan koʻproq baholasa, biznes rivojlanadi, aks holda unga tashqi yordam zarur boʻladi yoki bunday tashkilotlar inqirozga yuz tutadi. Bu borada P.Druker quyidagi fikrni bildirgan: “biznesning asosiy maqsadi mijozlarni jalb qilish boʻlganligi sababli, sugʻurta kompaniyalarining ikkita va faqat ikkita asosiy funksiyasi mavjud: sugʻurta marketingi va innovatsiya”¹⁸.

Tadqiqotlarga koʻra, innovatsion sugʻurta marketingi yangi mahsulotlar, uskunalar, xizmatlar va yangi texnologiyalarni ishlab chiqish hamda ularni bozorda realizatsiya qilish uchun yangi sugʻurta marketingi usullaridan foydalanish bilan bogʻliq tadbirlarni nazarda tutadi. Sugʻurta kompaniyalari faoliyatining tahliliga asosan, sugʻurta marketingida innovatsiyalardan foydalanish isteʼmolchilar talabini toʻliq qondirish hamda yangi bozorlarni egallash imkoniyatini beradi.

Bugungi kunda “innovatsion sugʻurta marketingi” sugʻurta marketingi faoliyatida yangi paydo boʻlgan yoʻnalish hisoblanib, innovatsion mahsulot va xizmatlarni shakllantirishda ishlab chiqarish texnologiyalarini joriy etish hamda ushbu innovatsion gʻoyani tijoratlashtirishni nazarda tutadi. U korxonaga innovatsion mahsulotni maksimal samara bilan joriy qilish imkonini beradigan usul va vositalar majmuidan foydalanadi. Innovatsion sugʻurta marketingi texnologiyalarini oʻz vaqtida qoʻllash innovatsiyalar ishlab chiqish bilan bogʻliq tavakkalchilikni kamaytiradi, chunki ular potensial talabni baholash, maqsadli bozor segmentini aniqlash va ishlanmalarni davom ettirish kerakmi, ular kutilgan samarani beradimi, degan savollarga javob berishga imkoniyat yaratadi. Innovatsion sugʻurta marketingining asosiy maqsadi innovatsiyalarni bozorga kiritish strategiyasini ishlab chiqish va yangi mahsulotning bozorda mustahkam oʻrin egallashini taʼminlash, anʼanaviy sugʻurtadan farqli ravishda innovatsion sugʻurta marketingi vositalari asosida innovatsiyalar bozorini tadqiq etish, bozorni kuzatish, bozor konʻyunkturasini tahlil qilish, talabni shakllantirish, isteʼmolchilar xulq-atvori boʻyicha bozor segmentlarini ishlab chiqishdan iborat. Xizmat koʻrsatishda esa “innovatsion sugʻurta marketingi” deganda ayirboshlash

¹⁸Drucker, P.F. Management: tasks, responsibilities, practices, Transaction Publishers, New Brunswick, N.J.; London, 2007.

natijasida yangiliklarga boʻlgan ehtiyojni qondirish orqali foyda olishga yoʻnaltirilgan inson faoliyati majmuini tushunmoq lozim. Bu faoliyat yangiliklarga ehtiyojni aniqlashdan tortib yangi innovatsion xizmatlarni yaratish, bozorga kirib borish, xizmatlarning hayotiylik davri, amaliyotda qoʻllash, innovatsion xizmatlarni sotib olish uchun xaridorlar qiziqishini orttirish, yangiliklarga boʻlgan talabni va ularning yaratilish istiqbollari aniqlash kabi vazifalarni oʻz ichiga oladi. Xizmat koʻrsatish innovatsiyasi va xizmatlar innovatsiyasi ilm-fan va amaliyotga yetarli darajada qoʻllanilmagan keng tushunchali atamadir.

Innovatsion sugʻurta marketingiga bir tomondan innovatsion mahsulotni sotish, ikkinchi tomondan har qanday mahsulotni innovatsion vositalar yordamida sotishga yoʻnaltirilgan faoliyat sifatida taʼrif berish mumkin. Mazkur taʼrifdan kelib chiqib mahsulotni sotishda sugʻurta marketingining u yoki bu vositasidan foydalanishimiz mumkin. Jumladan:

- innovatsion sugʻurta marketingi;
- anʼanaviy sugʻurta marketingi;
- innovatsion mahsulot;
- anʼanaviy mahsulot.

Ushbu sugʻurta marketingi vositalaridan mahsulot sotishda foydalanish quyidagicha ifoda etiladi:

anʼanaviy sugʻurta marketingi vositalaridan innovatsion mahsulotlarni sotishda foydalanish;

anʼanaviy mahsulotni innovatsion sugʻurta marketingi vositalari bilan sotishda foydalanish;

innovatsion hamda anʼanaviy sugʻurta marketingini bir vaqtda qoʻllagan holda innovatsion mahsulotlarni sotish.

Zamonaviy bozor sharoitida innovatsion sugʻurta marketingi innovatsion faoliyatning bir turi sifatida yuzaga kelar ekan, bunda yangi mahsulot va xizmat turlarini ishlab chiqish jarayonlarini oʻzlashtirishda koʻproq eʼtibor ushbu innovatsion mahsulotlarni baholashga emas, balki bozorni oʻrganishga qaratiladi. Bu esa oʻz navbatida innovatsion mahsulot ishlab chiquvchi kompaniyalarning yangi mahsulotlari yoki koʻrsatadigan xizmatlarini samarali va muvaffaqiyatli sotishda innovatsion sugʻurta marketingi texnologiyalaridan foydalanishning muhimligini anglatadi.

Sugʻurta kompaniyalari innovatsion faoliyatining asosiy vazifalaridan biri – yuqori menejment bilan asosiy innovatsion sugʻurta marketingi strategiyasini shakllantirish, uni bozor segmenti boʻyicha joylashtirish chegarasini aniqlash, amalga oshiruvchi ijrochilarni tayinlash, bozor munosabatlarining har bir ishtirokchisi uchun maʼlum amaliy

direktivani amalga oshirish muddatini belgilashdan iborat. Shu sababli strategik sug'urta marketingi tadqiqotlari tarkibiga sug'urta tashkilotlari innovatsion siyosatining bo'lagi bo'lgan innovatsion sug'urta marketingi jarayonlarining asosiy tizimli xususiyatlari kiradi. Tadqiqotlarning ko'rsatishicha, bozorga yangilikning kirish strategiyasi va taktikasi sug'urta marketingi tadbirlarining muhim yo'nalishlaridan hisoblanadi va yangi mahsulotlarni bozorda joylashtirish va sotish yo'llarini shakllantirishga asoslangan raqobatbardosh strategiyani ishlab chiqishni nazarda tutadi.

Shuni ta'kidlash lozimki, innovatsion sug'urta marketingi – sug'urta kompaniyalarining ishlab chiqarishni takomillashtirish va bozor sharoitiga ta'sir ko'rsatishga asoslangan faoliyatdir. Izlanishlar natijasi shuni ko'rsatadiki, innovatsiya hayotiy davrining har bir bosqichi turli sug'urta marketingi usullarini va yondashuvlarini, turli strategiya va taktikani talab qiladi. Innovatsion sug'urta marketingi tadbirlari tizimi faqatgina ishlab chiqarishni yangilash bilan emas, balki kapitalning jamlanishi va oqimi dinamikasi bilan ham uzviy bog'langan.

Sug'urta faoliyatida innovatsiya zamon talabiga mos yo'nalish hisoblanib, sug'urta tashkilotining daromadi oshishiga va sug'urtalanuvchilar sonining ortishi hisobidan bozordagi mavqei ko'tarilishida muhim rol o'ynaydi. Innovatsion yo'nalish eski uslubdan yangisiga, shuningdek ommaviy iste'moldan individual iste'molga o'tishni amalga oshiradi. Mijozlarning endilikda ko'rsatilayotgan sug'urta xizmatlariga nisbatan o'z talablari mavjud. Individual iste'mol bir tomondan aniq mijozning aniq talablarini qondirishga mo'ljallangan bo'lsa, ikkinchi tomondan mahsulot mijozga qulay va sotishning yangi usullari orqali taqdim etilishi zarur. Sug'urtaning zamonaviy bosqichida nafaqat sug'urta xizmatlarini sotishda, balki uni ko'rsatish tizimida ham yangiliklar yaratishga qiziqish ortmoqda. Masalan, iste'molchi shunchaki avtomobili shikastlanishidan sug'urta polisiga ega bo'lishni istamaydi, balki polisda uning evakuasiyasi, zararlangan ob'ektning ta'mirlanishi, ta'mirlash vaqtida vaqtincha boshqasiga almashtirib turilishi, jarohatlanganlarga tez tibbiy yordam ko'rsatish aks etishini ham xohlaydi.

3.3. Sug'urta kompaniyasining biznes jarayonlarini reinjiniring qilish

Sug'urta kompaniyasining yuqorida tavsiflangan biznes jarayonlari o'zaro bog'liq bo'lishi mumkin:

an'anaviy ravishda (bugungi kunda aksariyat mahalliy sug'urta kompaniyalarida mavjud), ya'ni yuqorida ko'rsatilgan funksiyalarni (jarayonlarni) bajaradigan bo'limlar parallel ravishda mavjud bo'lganda va bitta markazdan vertikal ravishda boshqarilganda yoki ushbu funksiyalarni o'sha xodimlar bajarganda;

innovatsion ravishda, ya'ni asosiy funksiyalarni (jarayonlarni) bajaradigan birliklar bir gorizontal texnologik zanjirning bo'g'inlari bo'lib o'zaro muvofiqlashtirilganda. Bu holat sug'urta kompaniyasining biznes jarayonlarini qayta injiniring qilish natijasida amalga oshishi mumkin. Biznes jarayonlarini qayta tashkil etishning asosiy mohiyati bu biznes jarayonlarini boshqarish foydasiga funksional tarkibiy bo'linmalar boshqaruvini rad etish, ya'ni, sug'urta xizmatlari sifatini sug'urtalanuvchining tabiati va talablariga to'liq muvofiqligi asosida ajratishdan iborat. Rejiniringning maqsadi – kompaniyaning bo'linmalari o'rtasida gorizontal aloqalarni shakllantirish, axborot texnologiyalarini joriy qilish, inson omilining rolini kuchaytirish va shu bilan mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish orqali kompaniyani boshqarish sifatini oshirish hisoblanadi. Reinjiniringning vazifalari quyidagilardan iborat:

- 1) kompaniyaning biznes jarayonlarini tavsiflash;
- 2) jarayonning tashkiliy va kadrlar tarkibiga o'tish;
- 3) xodimlarning funksiyalari, huquqlari va majburiyatlarini, shuningdek kompaniyaning bo'linmalarini taqsimlash va aloqa tizimini shakllantirish;
- 4) kompaniyaning biznes jarayonlari ishtirokchilari uchun hujjatlarni boshqarish tizimini, me'yorlarini, tartiblarini va o'zini tutish qoidalarini ishlab chiqish;
- 5) axborot texnologiyalarini joriy etish;
- 6) kompaniya xodimlarini tanlash, o'qitish va rivojlantirish tizimini yaratish, korporativ ruhni shakllantirish;
- 7) moddiy rag'batlantirish tizimini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Rejiniring tuzilmasi qator jiddiy afzalliklarga ega bo'lib, ularning asosiylari quyidagilar:

xodimlarni ixtisoslashtirish, yuqori darajadagi professional ishchilarni qabul qilish;

xodimlardan psixologik holatiga mos ravishda foydalanish xususiyatlari;

sotuvchilarni ular uchun odatiy bo'lmagan funksiyalarni bajarishdan ozod qilish, ko'proq ish vaqtini polislarni sotishga sarflashga imkon berish, bu esa sug'urta tushumlari hajmini oshiradi;

axborot texnologiyalari mijozlarning katta auditoriyasiga tez va sifatli xizmat ko'rsatishga imkon beradi.

Reinjiniring modeliga ega bo'lgan tashkilotda har bir xodim o'z faoliyatini amalga oshiradi, uning o'ziga xos funksiyalari quyidagilardan iborat:

marketologlar – bozorni o'rganadi va sug'urta mahsulotlariga bo'lgan talablarini aniqlaydi;

uslubchilar – sug'urta mahsulotlarini yaratadi;

sotuvchilar – sug'urta mahsulotlarini sotishni tashkil etadi;

anderrayterlar –sug'urta risklarini qabul qiladi va shartnomalarni imzolaydi, potensial sug'urtalanuvchilar bilan bevosita ishlaydi;

bek ofis – shartnomalarni rasmiylashtiradi va mijozlarga xizmat ko'rsatadi.



8-rasm. Sug'urta kompaniyasining reinjiniring modeli¹⁹

¹⁹Rasm muallif tomonidan chizilgan.

4-MAVZU. SUG‘URTA KOMPANIYALARI FAOLIYATINING DASTURIY TA‘MINOTI

4.1. Sug‘urta kompaniyasining axborot tizimiga qo‘yiladigan talablar

Avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalariga o‘tish jarayoni menejment sifatining o‘zgarishi bilan birga kechadigan jarayon bo‘lib, menejerlarning tahliliy ishi asosiy o‘rinni egallaydi, ular uchun yangi g‘oyalar va ustuvorliklarni shakllantiradi, axborotni kompaniyaning asosiy va haqiqatan ham qulay manbalardan biriga aylantiradi, avtomatlashtirilgan tizimni yanada rivojlantirish esa axborot texnologiyalari strategiyasining muhim elementi bo‘lib xizmat qiladi.

Biroq avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalarini qo‘llash yetarlicha samarali yo‘lga qo‘yilgan mehnat sharoitida ko‘proq iqtisodiy samara keltiradi, chunki ma‘lum qoidalarga bo‘ysunadigan barqaror jarayonlarga avtomatlashtiriladi. Agar har bir ish holati o‘ziga xos bo‘lsa, istisno va tuzatishlar kompaniya faoliyatining tartib-qoidalariga xalaqit bersa, u holda avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalarini joriy etish pul va vaqtni behuda sarflashdangina iborat bo‘lib qoladi. Sug‘urta kompaniyalari uchun bu, avvalambor sug‘urta bilan bog‘liq barcha hujjatlarni yetarlicha uzoq muddat foydalanishni nazarda tutgan holda ishlab chiqilishi va tasdiqlanishi kerakligini anglatadi. Masalan, sug‘urtalanish uchun ariza, sug‘urta shartnomasi, sug‘urta hodisasi to‘g‘risidagi dalolatnoma, shuningdek balansning foyda va zararlar hisob-varag‘i va boshqalar.

Faoliyatning barcha tartib-qoidalari puxta o‘ylangan va ko‘rsatmalar shaklida hujjatlashtirilgan bo‘lishi kerak. Xususan, kim tomonidan, qanday qilib, qachon va qanday sharoitlarda kompaniya siyosatining ishlab chiqilishi, brokerlar bilan hisob-kitoblarning qanday amalga oshirilishi, to‘lovlarning qanday va kim tomonidan amalga oshirishi, zararni kim va qanday baholashi va boshqalar aniqlanishi kerak. Barcha hujjatlarning harakatlanish yo‘llari, shartlari va agar ular moliyaviy xarakterga ega hujjatlar bo‘lsa, unda pul harakati ko‘rsatmalarda bayon qilinishi kerak (yoki diagrammalarda tasvirlangan bo‘lsa undan ham yaxshi). Hujjat aylanishining bunday sxemalari har bir hujjatning hayotiy siklini to‘liq kuzatib borish va kompaniyadagi hujjatlar aylanishini tahlil qilish, so‘ngra uni takomillashtirish – yangi texnologik yechimlar asosida tezlashtirish, soddalashtirish va kerak bo‘lganda to‘ldirish yoki rivojlantirishga imkon

beradi. Agar bu ish amalga oshirilmasa, sug'urta kompaniyasining samarali avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalarini ishlab chiqish deyarli imkonsiz bo'lib qoladi.

Sug'urtalashda axborot tizimlarini avtomatlashtirishga qo'yiladigan asosiy talablar biznesning o'ziga xos xususiyatlari bilan belgilanadi va ular quyidagilardan iborat:

tizimning barcha modullari uchun yagona axborot maydoniga ega bo'lish;

keng ma'lumotlar bazasi bilan ishlash uchun yetarli darajadagi tezkorlik;

tizimga ma'lumotlarni o'rnatishdagi qulaylik va tezkorlik (qonunchilikning o'zgartirishi kabi vaziyatlarda);

ma'lumotlarni saqlashning yuqori ishonchliligi.

Ushbu sohadagi firibgarlikning oldini olish uchun sug'urta kompaniyalari to'g'risidagi ma'lumotlar saqlanadigan barcha kompaniyalar uchun umumiy bo'lgan ma'lumotlar bazasini yaratish kerak. Sug'urta kompaniyasi faoliyatini avtomatlashtirish bo'yicha universal axborot tizimiga bo'lgan umumiy talabdan kelib chiqib, eng muhim mezon sifatida quyidagilar taklif etiladi:

Faoliyatning samaradorligi. Mijozlar sonining tez o'sib borishi, ularni jalb qilish bo'yicha olib borilayotgan islohotlar sharoitida kompaniya tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatning tezligi va qulayligi muvaffaqiyatning asosiy omiliga aylanadi. Kompaniyaning axborot tizimi sug'urta mahsulotini tanlashda, sug'urta shartnomasini tuzishda, kompaniyaga qay tartibda murojaat etish, ayniqsa sug'urta hodisalari bo'yicha to'lovlarni undirish bo'yicha eng to'liq xizmatni taqdim etishi kerak. Tizim mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonining barcha ishtirokchilari: filiallar tarmog'i, brokerlar va sug'urta agentlari uchun axborotni ta'minlashi kerak. Shunday qilib, tizimga qo'yilayotgan eng muhim talab – bu minimal xarajatlar bilan masofadan turib kirish imkoniyatini ta'minlashdir. Barcha tarmoq tugunlarining ishlashi qo'shimcha texnik xarajatlarsiz amalga oshirilishi, ya'ni tizimning masofadan boshqarish bilan ta'minlanishi maqsadga muvofiq bo'ladi.

Moslashuvchanlik, yangi mahsulotlarni tezda yaratish va sotish qobiliyati. Sug'urta bozorida o'sib borayotgan raqobat sharoitida mijozlar ehtiyojlarini tezda ilg'aydigan, talab va istaklarni hisobga olgan holda yangi mahsulotlarni o'z vaqtida yaratadigan va sotuvni turli shakllarda tashkil etadigan kompaniyalar g'olib bo'ladi. Hozirgi sharoitda sug'urta bozoridagi yetakchi kompaniyalar, sug'urta agentlari o'z kompaniyasining

yangi takliflari haqida bilmasligi va ofis xodimlari mijozga yangi mahsulotni sotib olishning afzalliklarini tushuntirib bera olmagan vaziyatlarga ko'na olmaydi. Axborot tizimi sug'urta mahsulotlarini shakllantirishning to'liq siklini ta'minlashi kerak: tahlil qilish va hisoblashdan tortib barcha zarur hisobot hujjatlarini tayyorlashgacha va ushbu mahsulotni kompaniyaning buxgalteriya tizimiga qo'shish jarayonlari ham inobatga olinishi lozim.

O'lchovlilik. Barcha kompaniyalar birdaniga axborot tizimiga ko'p pul sarflashga tayyor emaslar. Ushbu qoidaning ravshanligi xuddi shu muammoning yana bir jihati noaniqligini ko'rsatadi: qilinayotgan sarfxarajatlarning zoye ketmasligi uchun bugungi kunda sotib olinayotgan tizim bir yil ichida, ikki yoki besh yilda kompaniyaning ortib borayotgan biznes talablariga va rivojlanish strategiyasiga javob beradigan kafolatlarni berishi lozim. Shu bilan birga, mijozlar sonining muntazam ortib borayotganini ham hisobga olish zarur, mijozlar sonining ko'payishi butun axborot tizimini to'liq almashtirishni yoki sezilarli darajada qayta tuzishni talab qilishi kerak emas.

Tizimning amal qilish ko'lami kengayishi, ya'ni imkoniyatlarning o'sishini ta'minlash qobiliyati bir nechta jihatlarni o'z ichiga oladi. Avvalo, bu miqdor jihatdan kengayish. Mijozlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, sug'urtaning turlari ham ortib boradi. Mintaqaviy kengayish ham juda muhim: tizim kompaniyaning yangi tashkil etilgan nuqtalarida (filiallarida) oddiy va standart ishlashi kerak. Va nihoyat, funksional kengayish, ya'ni yangi sug'urta mahsulotlarini qulay tarzda yaratish va ulardan foydalanish qobiliyati mavjud bo'lishi zarur.

Moliyaviy boshqaruv vositalarining mavjudligi. An'anaviy ravishda moliyaviy menejment, boshqaruv hisobi, tahliliy va byudjet tuzish bilan bog'liq bo'lgan tizim tarkibiy qismlariga qiziqish ortib bormoqda. Har bir ikkinchi potensial mijoz ushbu bloklarni axborot tizimining eng muhim tarkibiy qismi, deb hisoblaydi. Bugungi kunda aksariyat kompaniyalar tuzilmaviy shaklda ishlaydi va bir emas, balki bir nechta sug'urta mahsulotlarini sotadilar. Shu sababli, kompaniyalar uchun kim va qanday pul topishi, uni nimaga va qancha miqdorda sarflashini aniqlash o'ta muhimdir. Mahsulotlarning qay darajada samaradorlikka olib kelishi ham bir xil ahamiyatga ega.

Xalqaro hisob standartlariga muvofiqligi. Sug'urta kompaniyasining axborot tizimi kamida ikkita omilni hisobga olishi kerak – xalqaro standartlarga muvofiqligi va doimiy o'zgarib turadigan mamlakat standartlariga muvofiqligi.

Aktuar hisob-kitoblarning alohida bloklarini yaratish imkoniyati. Kompaniyaning ishonchliligi uning tahlil markazining sifati, ya'ni samarali vositalardan foydalangan holda tahlil va aktuar hisob-kitoblar bilan shug'ullanadigan odamlar tomonidan aniqlanadi. Har bir kompaniyaning o'ziga xos noyob tahlil jarayonlari mavjud. Shuning uchun, aktuar hisob-kitoblarni ishlab chiqish uchun o'ziga xos algoritmlarni birlashtirish, shuningdek, ushbu hisob-kitoblar uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni to'plash va tuzish axborot tizimining muhim talabidir.

Ochiqlik. Tizimning ochiqligi ilgari ishlab chiqilgan bir qator talablarga javob beradi. Biroq maxsus modullar va bloklarni masshtablash va birlashtirish imkoniyatlaridan tashqari tizimning ochiqligi uni doimo o'zgaruvchan biznes talablariga moslashtirishga imkon beradi.

4.2. Axborot tizimlari faoliyatining xususiyatlari

Sug'urta kompaniyalari faoliyatini rejalashtirish va boshqarishda axborot texnologiyalarini joriy etish ma'lumotlarni tahlil qilish va boshqaruv qarorlarini asoslash uchun muhim hisoblanadi. Shu bilan birga, quyidagilar haqidagi ma'lumotlarni hisobga olish lozim bo'ladi:

iqtisodiyotning mintaqalar, kompaniyalar va boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlari;

moliyaviy, mehnat va moddiy resurslar.

Sug'urta faoliyatini avtomatlashtirish zarurligini belgilovchi omillar quyidagilar:

ma'lumotlar hajmi;

aniqlik va ishonchlilikka qo'yiladigan yuqori talablar;

mijozlar va sug'urta kompaniyasining moliyaviy holatini samarali tahlil qilish zarurati.

Sug'urta faoliyatidagi taqsimlangan tizimlar mutaxassis tomonidan yaratiladi va taqsimlangan hisoblash tizimlaridan foydalanish qo'llaniladigan muammolarning mohiyatini va ularni hal qilishni tashkil qilishni oldindan belgilab qo'yadi. Sug'urta kompaniyasining xodimlari, bo'limlari, filiallari, alohida iste'molchilar (agentlar, brokerlar) ma'lum bir hududga tarqalib ketadi. Ular hal qiladigan vazifalar bir-biri bilan chambarchas bog'liqligi bois ularning hisoblash imkoniyatlari yagona tizimga birlashtirilishi kerak. Bunday holda asosiy yechim kompyuter tarmoqlaridan (mahalliy, ochiq, global) foydalanishdan iborat bo'ladi. Taqsimlangan tizimlarning afzalliklari:

yuqori ishonchlilik;
zaruriy ma'lumotlarning ko'pligi.

Ishonchlilik – bu qurilmaning ayrim elementlari ishlamay qolganda va ma'lumotlar to'liq bo'lmagan holda tizimning o'z funksiyalarini bajarishi hisoblanadi. Tizimning ishonchliligini yanada oshirish uchun ma'lumotlarning yetarli darajada ko'p bo'lishi asos bo'ladi. Sug'urta kompaniyasining filiallari uchun mazkur tizim quyidagilarni ta'minlaydi:

axborot, dasturiy va texnik resurslardan birgalikda foydalanish imkoniyati;

boshqa filiallar bilan aloqa vositalarini ta'minlash;

ishni butun tizimda taqsimlashdagi qulaylik. Axborot tizimidagi alohida qismlarning o'zaro ta'sirini samarali tashkil qilish jarayonida ham ayrim muammolarga duch kelinadi. Jumladan, dasturiy ta'minotdan foydalanish natijasida yuzaga keladigan qiyinchiliklar quyidagilar:

operatsion tizim, ya'ni dasturlash tillari va amaliy dasturlarni tanlash;
sug'urta kompaniyasi xodimlarini taqsimlangan muhitda ishlashga o'rgatish;

foydalanuvchilarning funksiyalarini aniqlash va chegaralash.

Kompyuterlarni tarmoqqa ulashda yuzaga keladigan muammolar:

xabarlarining yo'qotilishidan himoyalash vositalari talab etiladi (tarmoqning haddan tashqari yuklanishi sababli);

o'tkazish qobiliyatini oshirish, ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha maxsus choralar talab qilinadi;

tijorat sirlarini saqlashni ta'minlash;

bir qator foydalanuvchilarga bir vaqtning o'zida ishlashga imkon beradigan tizimdagi muammolarni hal qilish mushkul hisoblanadi.

Kompyuter tarmoqlari va masofadan turib foydalanish quyidagi sabablarga ko'ra ish samaradorligining oshishi va kompaniya foydasining ko'payishiga olib keladi:

axborotni qayta ishlash vaqtini qisqartirish;

tahlil qilish imkoniyatlarini oshirish.

Buning natijasida sug'urta xizmatlarining raqobatbardoshligi oshishiga va bozorda kompaniyaning o'z mavqei shakllanishiga erishiladi. Kompyuter tarmog'idan foydalangan holda masofadan turib faoliyat yuritadigan sug'urta kompaniyasi uchun quyidagi yangi imkoniyatlar yaratiladi:

aloqa yaxshilanadi, ya'ni kompaniya xodimlari va uning mijozlari o'rtasida axborot almashinuvi va o'zaro aloqalar yaxshilanadi;

turli idoralarda joylashgan xodimlar umumiy texnologik bazaga ega bo'lgan yagona texnologik platformada ishlaydi;

yuqori darajadagi axborot ishonchliligi va samaradorligi tufayli xodimlar asosli qarorlar qabul qiladi;

tarmoq va masofadan turib kirish imkoniyati sug'urta kompaniyasiga boshqa turdagi ma'lumot almashish vositalari, masalan, telefon yoki oddiy pochta aloqalarida ishlash ehtiyojini kamaytiradi.

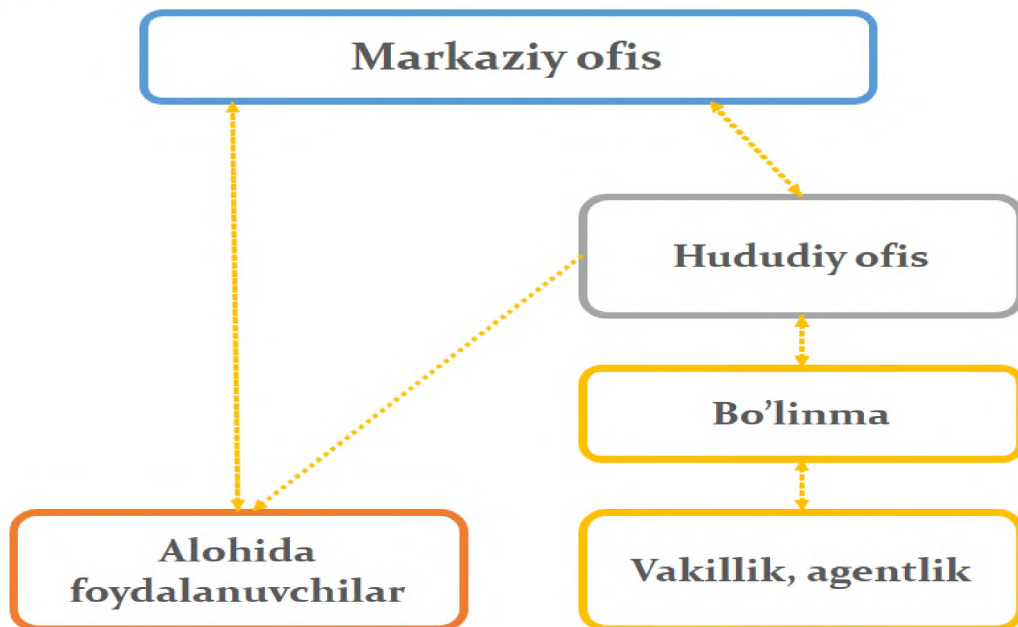
Shunday qilib, xulosalarning asosliligi, natijalarning aniqligi, ishonchliligi oshishiga emas, balki qaror qabul qilish uchun vaqt, mehnat va xarajatlarning kamayishiga erishiladi, shu bilan birga, sug'urta kompaniyalarida mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanadi. Tarmoq sug'urta kompaniyasiga o'z filiallari joylashgan joyni tanlash erkinligini beradi, ya'ni kompaniyalarga nafaqat filiallarni, balki sug'urta operatsiyalarini bajarish uchun eng samarali bo'lgan joyda sug'urtalovchilar va mutaxassislarning ish joylarini ham topishga imkon beradi. Axborot tizimi tomonidan taqdim etilgan sug'urta kompaniyasining axborot maydoni uning tarkibiy qismlariga bo'linadi. Sug'urtaning markaziy idorasi firma yoki bosh tashkilot yuqori samarali ko'priklar yoki routerlar orqali bir-biriga ulangan, bir yoki bir nechta yuqori tezlikda ishlaydigan mahalliy (lokal) tarmoqlarga ega. Lokal tarmoqni butun kompaniyaning axborot markazi, shu jumladan hisoblash resurslari sifatida baholash mumkin:

fayl serverlari;

ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimlari va boshqalar.

Lokal tarmoqlarda joylashgan mahalliy va masofali tarmoq qurilmalari markazlashgan nazorat qilish va boshqarish tizimini o'z ichiga oladi. Sug'urta kompaniyasining hududiy ofislari (filiallari) ishonchli va yetarlicha yuqori tezlikdagi aloqani kafolatlaydigan o'z mahalliy tarmoqlariga ega keng ko'lamli tashkilotlardir. Ayrim filiallar uchun markaziy ofisga doimiy ravishda yuqori tezlikda ulanish lozim bo'ladi, bu maxsus ajratilgan aloqa kanallari tomonidan ta'minlanadi. Sug'urta kompaniyasining filiallarida odatda bir nechta shaxsiy kompyuterlarni o'z ichiga olgan kichik mahalliy tarmoq mavjud. Hududiy ofis bilan aloqa oldindan belgilangan jadval asosida ma'lum soatlarda amalga oshiriladi, ammo rejadan tashqari shoshilinch kirish imkoniyati ham mavjud. Sug'urta kompaniyasining vakolatxonalarini yoki agentliklari ko'pincha bir yoki bir nechta kompyuter bilan ta'minlanadi. Filiallar bilan aloqa qilish zarur bo'lgan hollarda yuzaga keladi va kun davomida ta'minlanadi. Masofaviy tarmoq foydalanuvchilari – bu o'z vazifasi tufayli ish kunini

ofisdan tashqarida (masalan, mijozlar bilan) o‘tkazadigan xodimlar: inspektorlar, sug‘urta kompaniyalari agentlari, nazoratchilar, shuningdek, ish safari yoki ta‘tilda bo‘lgan menejerlar mobil ilovalardan foydalanadilar. Sug‘urta kompaniyasi axborot tizimining tuzilishi quyidagi rasmda keltirilgan (9-rasm).



9-rasm. Foydalanuvchilarning sug‘urta kompaniyasi tarkibiy bo‘linmalari bilan o‘zaro aloqasi chizmasi²⁰

Sug‘urta tizimi uchun axborot ta‘minotini tashkil etishning asosiy xususiyati shundan iboratki, kompaniyaning barcha shartnomalari to‘g‘risida eng uzoq muddatga to‘liq ma‘lumotlar bazasiga ega bo‘lish zarur. Buning sababi shundaki, mijoz bilan yangi shartnoma tuzishda uning avvalgi sug‘urtasi (to‘lovlarning mavjudligi va xususiyati) to‘g‘risida to‘liq ma‘lumotga ega bo‘lish va ushbu holatlarga oid barcha hujjatlarni ko‘rib chiqishni ta‘minlash kerak. Bunday ma‘lumotlar ma‘lumotlar bazasida saqlanishi, doimiy ravishda yangilanib turishi va so‘rovdan so‘ng darhol olinishi kerak. Masalan, sug‘urta mukofoti stavkasi yoki tarifini hisoblashda quyidagilarga ahamiyat qaratish zarur:

ma‘lumotlar bazasidan statistikasi olib tashlash;

sug‘urta shartnomalari bo‘yicha hisob-kitob harakatlarini uzoq o‘tgan davrda amalga oshirish.

²⁰Rasm muallif tomonidan chizilgan.

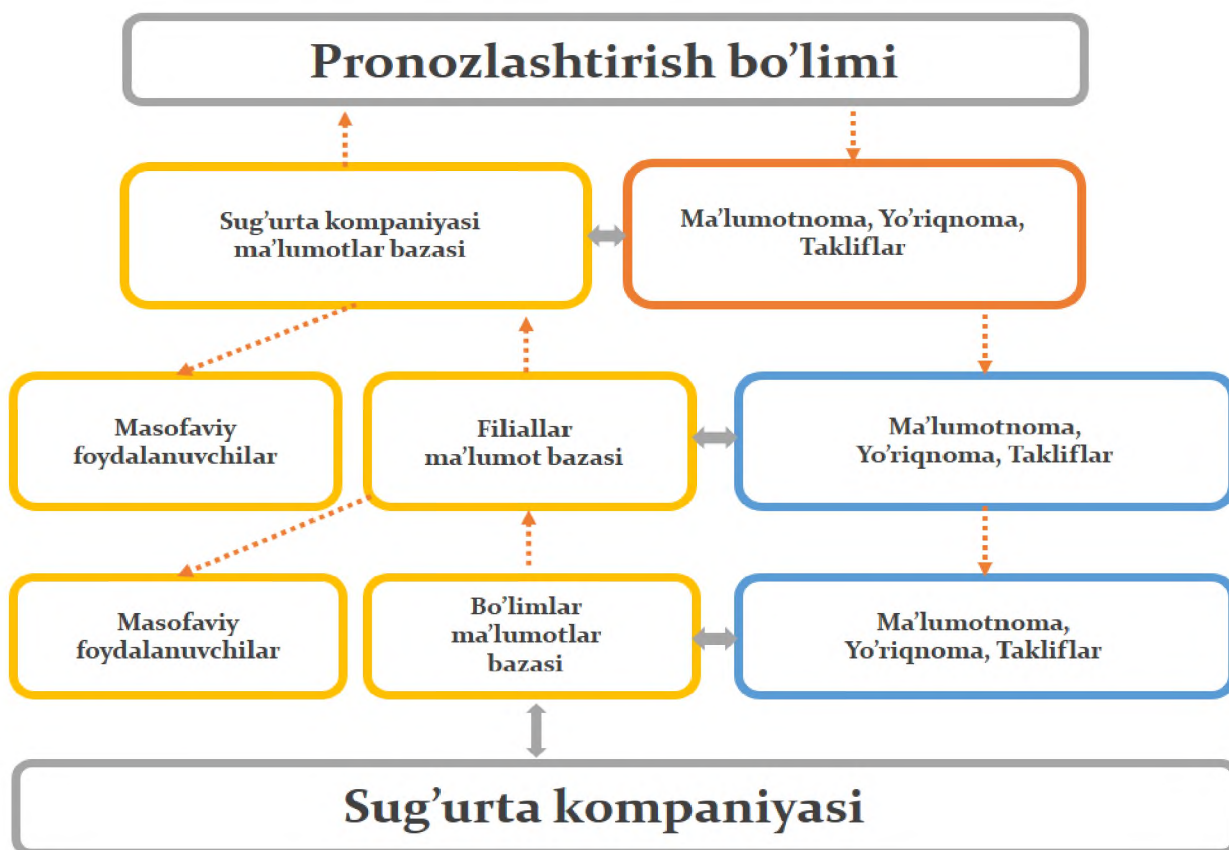
Har bir shartnoma shu tarzda rasmiylashtiriladi, bu esa markaziy ofis ma'lumotlar bazasining to'liqligi talabini nazarda tutadi. Sug'urta kompaniyasining qolgan bo'limlarida (hududiy filiallar, idoralar) umumiy ma'lumotlar bazasiga ega bo'lishning hojati yo'q, chunki har bir bo'linmada sug'urta qildiruvchilarning ma'lumotlar bazasi mavjud. Kompaniyaning umumiy bazasidan ma'lumot so'rash zarurati quyidagi hollarda yuzaga keladi:

sug'urta qildiruvchi ko'chib o'tganda;

sug'urta qildiruvchi yirik tashkilot bo'lsa va uning bo'linmalari bir nechta mintaqada joylashgan bo'lsa.

Ma'lumotlar bazasining uchta darajasi mavjud: 1) markaziy ofis – butun kompaniya to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi; 2) mintaqaviy filial – faqat ushbu mintaqa uchun ma'lumotlarni o'z ichiga oladi; 3) filiallar – u qamrab olgan hududdagi barcha ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Dastlab sug'urta bo'yicha to'g'ridan-to'g'ri eng katta ishlar olib boriladigan sug'urta kompaniyasining filiali darajasida ma'lumotlar paydo bo'ladi. Ushbu ma'lumot kun davomida yoki boshqa davrda sug'urta kompaniyasi filiallari ma'lumotlar bazasida to'planadi, so'ngra avvalgi bazaga qo'shiladi.

Muayyan vaqtda sug'urta kompaniyasining mintaqaviy vakolatxonasi kompyuterlari bilan avtomatik ulanish sodir bo'ladi va ma'lumotlar bazasi takrorlanadi. Ikkita ma'lumotlar bazasidan bittasi asosiy sifatida tanlangan bo'ladi va u eng dolzarb ma'lumotlarni o'z ichiga oladi, ikkinchisi esa unga bo'ysunadi va asosiy bo'lib tayinlangan bazadan nusxa oladi. Shunday qilib, har ikki ma'lumotlar bazasi bir vaqtning o'zida kuzatish, ma'lumotlarni yangilash va zarur hollarda nizolarni hal qilish imkoni bo'ladi. Bu ikkita katta ma'lumotlar bazasini qisqa davrda bir xil holatga keltirishga imkon beradigan standart va juda samarali jarayon hisoblanadi, chunki aloqa liniyalari orqali faqat sodir bo'lgan o'zgarishlar uzatiladi. Shunday qilib, hududiy filial barcha o'ziga bo'ysunuvchi filiallardan ma'lumotlarni o'z ma'lumotlar bazasida to'playdi. Natijada mintaqaviy ma'lumotlar bazasi sug'urta xodimining doimiy ishtirokisiz avtomatik ravishda to'ldiriladi va butun mintaqadagi to'liq ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, jarayonda yuzaga keladigan ma'lumotlar sug'urta kompaniyasi xodimlari tomonidan interaktiv ravishda kiritilishi mumkin (10-rasm).



4

10-rasm. Sug'urta kompaniyasi axborot tizimi ob'ektlari bo'yicha ma'lumotlarni taqsimlash tuzilmasi²¹

Sug'urta kompaniyasi ma'lumotlar bazasi hamda axborot tizimi foydalanuvchilari ob'ektlari tashuvchilar yoki axborot manbalari hisoblanadi, biroq ular alohida ahamiyatga ega emas. Axborotning qiymati uni sug'urta kompaniyasining har qanday ehtiyojlari uchun olish imkoniyatiga bog'liq. Kompyuter tarmog'ining butun majmuasini ikkita asosiy tarkibiy qismga bo'lish mumkin: sug'urta kompaniyasining aniq tarkibiy bo'linmalari, filiallari tarmoqlari va ular orasidagi aloqani ta'minlaydigan tarmoqlar.

Sug'urta kompaniyasining har bir bo'linmasi uchun uning ko'lamiga mos keladigan tarmoq yaratilib, ichki ma'lumotlardan foydalanishning tegishli samaradorligini ta'minlash talab etiladi. Bunday tarmoqlar yetarlicha tezkor bo'lishi kerak, chunki uzatilgan ichki ma'lumotlar hajmi katta bo'lishi mumkin. Sug'urta kompaniyasining alohida filiallari o'rtasidagi aloqa sezilarli darajada kamroq ma'lumot uzatilishini ta'minlaydi. Tarmoqda aniq ma'lumot olish, shuningdek, turli darajadagi

²¹Rasm muallif tomonidan chizilgan.

bo'limlarning ma'lumotlar bazalariga moslashtirish va o'zgarishlarni uzatish bo'yicha so'rovlar yuzaga keladi.

Markaziy ofisning tarmoq kompleksi axborot uzatish tezligi jihatidan juda talabchan hisoblanadi. Markaziy ofis odatda yo'riqnoma yordamida bir-biriga ulangan bir yoki bir nechta cheklangan mahalliy tarmoqqa ega. Sug'urta kompaniyalarida ishni avtomatlashtirish va axborot texnologiyalaridan foydalanish muhim moddiy va moliyaviy resurslarni talab qiladi va asosan yirik sug'urta kompaniyalarida amalga oshiriladi. Avvalo, ish boshqaruvning quyi darajasida – mutaxassislarning ish joylarida avtomatlashtiriladi. Menejmentning yuqori va o'rta darajalari (filiallar rahbarlari, sug'urta kompaniyasi) amalda avtomatlashtirilmagan (sug'urta kompaniyasining buxgalteriya faoliyati bundan mustasno) bo'ladi. Keyinchalik avtomatlashtirish barcha sug'urta turlari va boshqaruv darajalari uchun sug'urta tahlilini ishlab chiqishni taqozo etadi. Yangi texnologiya axborot jarayonlarini integratsiyalashni (birlashtirishni) talab qiladi, jumladan:

- sug'urta biznesida axborot tizimini rivojlantirish uchun ishlab chiqaruvchi dasturiy vositalarni jalb qilish;

- bir xil va bir jinsli bo'lmagan kompyuter tarmoqlarida mijoz-server arxitekturasidan foydalanishni yo'lga qo'yish;

- masofadan kirishni ta'minlash uchun bulutli texnologiyalardan foydalanish;

- zamonaviy sug'urta biznesini real vaqt rejimida amalga oshirish (real vaqtni ma'lumotlar bazasi serverining arxitekturasiga asoslangan foydalanadigan tizimlar ta'minlaydi);

- SQL so'rovlar tilida mijoz va server bilan o'zaro aloqada bo'lgan mijoz-server rejimini ta'minlash.

Sug'urta kompaniyasi filiallarining ish joylari uchun markaziy ofisning serveri bilan aloqani ta'minlash talab qilinadi. Yevropa davlatlarida sug'urta kompaniyalarining axborot texnologiyalarini joriy etish uchun amalga oshiradigan xarajatlari sarflangan mablag'larning 1/5 qismiga to'g'ri keladi. Ushbu mablag'larning uchdan bir qismi texnik vositalarga, uchdan biri dasturiy ta'minotga, uchdan biri esa xodimlarni tayyorlashga sarflanadi.

Biroq O'zbekiston sug'urta bozori uchun bunday ko'rsatkichlar hali xarakterli emas, ammo rivojlanish istiqbollari sari ildam qadamlar qo'yilgan. Sug'urta kompaniyalari faoliyatining ayrim yo'nalishlarini tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar soni asta-sekin kengayib bormoqda, ya'ni sug'urta faoliyatini takomillashtirish, sug'urta zaxiralarini

joylashtirish hajmi va tartibi, qayta sug'urta talablari va standartlari, buxgalteriya hisobini yuritish, sug'urta hisobotlari va boshqalar. Bu mamlakat sug'urta bozorida faoliyat texnologiyalarini bosqichma-bosqich birlashtirish uchun dastlabki sharoitlarni yaratadi. Huquqiy talablar va bozor konyunkturalari ta'siri ostida zamonaviy axborot tizimi mavjud bo'lgan kuchli sug'urta kompaniyalari guruhi shakllandi. O'zbekiston sug'urta bozori va Yevropa mamlakatlari sug'urta bozori o'rtasidagi farqlarni qisqartirgan holda sug'urta bozorining o'zi bosqichma-bosqich rivojlanib bormoqda. Bu yuqori malakali ishlab chiqaruvchilarning nisbatan kichik guruhlari tomonidan sug'urta faoliyatining yaxlit tizimlarini tezda yaratish va amalga oshirishga imkon beradi. Axborot tizimi avtomatlashtirilgan axborot muhitini shakllantirish orqali sug'urta kompaniyalarining ish uslubini o'zgartirmoqda. Axborotni qabul qilish, kerakli interaktiv kanalni tanlash imkoniyatlarining mavjudligi foydalanuvchining jarayonni o'zi boshqarishini ta'minlamoqda. Aloqa vositalarining rivojlanishi dunyoning istalgan nuqtasida sug'urta jarayonining har qanday abonentini bilan ma'lumotlarni uzatish va video tasvirlar orqali aloqa qilish imkoniyatini yaratadi, elektron sug'urtani joriy etish istiqbollari amalga oshiradi. Elektron sug'urta nuqtai nazaridan sug'urtani amalga oshirish shartlari ham o'zgarib boradi. Umuman olganda, O'zbekiston sug'urta tizimi rivojlangan davlatlardan kam bo'lmagan darajada muvaffaqiyatli ishlashga qodir, sohada zamonaviy axborot texnologiyalarini faol qo'llash bo'yicha hukumat tomonidan qator imkoniyatlar yaratilmoqda, buning samarasi o'laroq kelajakda biznesning kaliti uning kuchli axborot ta'minoti bo'ladi.

4.3. Sug'urta kompaniyasining dastur arxitekturasi

Sug'urta kompaniyalari o'z faoliyatida turli xildagi axborot tizimlaridan foydalanadilar. Ularni shartli ravishda uch guruhga bo'lish mumkin:

1. Birinchi guruhga sug'urta faoliyatini avtomatlashtirish uchun mo'ljallangan ixtisoslashgan tizimlar kiradi. Birinchi guruh dasturlarining asosiy ajralib turadigan xususiyati bu dasturiy yechimlarning murakkabligidir. Tizimlar sug'urta faoliyatini avtomatlashtirish masalasini har tomonlama hal qilishga mo'ljallangan bo'lib, ushbu dasturiy mahsulotlarni birlashtirgan xarakterli xususiyat shundaki, barcha foydalanuvchilar bitta ma'lumotlar bazasi bilan ishlaydi, tizimga ma'lumotlar faqat bir marta kiritiladi va har qanday foydalanuvchi ushbu

ma'lumotlarga kirish huquqiga ega bo'lgan holda ushbu ma'lumotlarni olishi mumkin. Dasturlar nafaqat buxgalteriya yoki moliyaviy tahlil vazifalarini, balki sug'urta zaxiralari shakllanishini, agentlik va filiallardagi sotuv xizmatlarining holatini kuzatish va tariflarni boshqarish kabi aniq sug'urta talablarini ham hal qilishga imkon beruvchi kuchli o'rnatilgan analitik apparat bilan ta'minlangan.

2. Dasturlarning ikkinchi guruhi sug'urta faoliyatini avtomatlashtirishning bir yoki bir nechta tegishli vazifalarini hal qilishga mo'ljallangan tizimlar tomonidan shakllantiriladi. Masalan, sug'urta kompaniyalari buxgalteriya hisobi uchun 1C buxgalteriya dasturlaridan faol foydalanadilar. Ushbu firmalar universal buxgalteriya tizimlarini ishlab chiqaruvchilardir, shuning uchun buxgalteriya hisobini avtomatlashtirish tizimlarida sug'urta xususiyatlarini hisobga olish faqat hisob-varaqlar rejasining tegishli parametrlariga qadar kamaytiriladi. Ikkinchi guruhga tegishli mahsulotlarning o'ziga xos xususiyatlari shundaki, ular kompleks avtomatlashtirish muammolarini hal qilish uchun mo'ljallanmagan, shuning uchun ulardan foydalanish boshqa ishlab chiqaruvchilarning bir qator dasturiy ta'minot paketlaridan foydalanish zaruratini keltirib chiqaradi. Qoida tariqasida aytish joizki, ikkinchi guruh tizimlari sug'urta kompaniyasi turli xil dasturiy mahsulotlarni ishlatganda, ularning har biri o'z ma'lumotlar bazasi bilan ishlaydigan va bitta muammoni hal qiladigan bo'lak avtomatlashtirish deb nomlanadi. Ushbu yondashuv bir xil ma'lumotlarning turli xil tizimlarga bir necha marta kiritilishiga, ishonchli ma'lumotlarning yetishmasligiga va olingan ma'lumotlarni tekshirish uchun ko'p vaqt sarflashga olib keladi.

3. Mahsulotlarning uchinchi guruhiga jismoniy shaxslar tomonidan ishlab chiqilgan va tarqatiladigan dasturiy ta'minotlar kiradi. Bunday tizimlarning mualliflari tajribali sug'urtalovchilar bo'lib, ular shaxsan o'zi uchun yoki ish beruvchi sug'urta kompaniyalari ehtiyojlari uchun mahsulot yaratadilar. Dasturlardan mustaqil ravishda foydalanish bilan bir qatorda mualliflar ushbu mahsulotlarni bozorda ilgari surish bilan ham shug'ullanadi.

5-MAVZU. SUG‘URTA BIZNESINING DASTURIY TA‘MINOTI

5.1. Sug‘urta biznesida zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanishning asosiy yo‘nalishlari

So‘nggi yillarda barcha sohalarda bo‘layotgan jadal rivojlanishlar telekommunikatsiya texnologiyalariga ham o‘z ta‘sirini ko‘rsatmoqda. Axborot texnologiyalari haqidagi dastlabki tushunchalar ko‘p yillar avval paydo bo‘lgan. Keyinchalik 1971 yilda mikroprossesorlar yaratildi va hozirda taxminan 45 foiz ishchi kuchi axborot texnologiyalari yordamida faoliyat yuritadi. Mikroelektronlarning afzalligi shundaki, unda kiritilgan ma‘lumotlar aniq vaqti, jarayonlari bilan birgalikda saqlanadi. Telekommunikatsiya uzoq masofani yaqinlashtirishda, tezlikni oshirishda yordam beradi va foydali ma‘lumotlar bilan ta‘minlaydi. Axborot texnologiyalari yordamida ko‘pgina hisobotlar ishonchli tayyorlanadi va tahliliy jarayonlar amalga oshiriladi. Axborot tizimiga kiritilayotgan ma‘lumotlarning to‘g‘riligini tekshirish funksiyalarining kiritilishi axborotlarning aniqlik darajasi yuqori bolishiga olib kelmoqda. Axborotlarning eng katta hajmini hisobga olish, birlamchi hujjatdagi mavjud bo‘lgan ma‘lumotlarning me‘yoriy aktlar va ko‘rsatmalar, ichki andoza va kelishuvlarga mos kelishi funksional to‘liqlikni ta‘minlab beradi. Ro‘yxatga olish axborotlarini tekshirish bo‘yicha, shuningdek, kompaniya bo‘limlari joriy faoliyati uchun talab qilinmaydigan hujjatlar bo‘yicha axborotlarni olishda zaruriy ishlar hajmini olib borish uchun ma‘lumotlarga kirishlik tamoyiliga rioya qilinishi kerak. Ma‘lumotlarning eng kichik darajada yo‘qotilishi yoki kelgusida tizimning ob‘ektiv hamda sub‘ektiv omillar tufayli uzilib qolishi holatlarida bu ma‘lumotlarni to‘liq tiklash imkoniyatini ta‘minlash axborotlarning ishonchlilik darajasini oshiradi. Axborot tizimi kompaniyaning asosiy — shartnoma tuzish, shartnomalarning bajarilishi, to‘lovlar, tahlil ekspert kabi ichki bo‘linmalarga mos holda quyi tizimlardan tashkil topishi kerak. Bu quyi tizimlar asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun kompaniya rahbariyatiga aniq va tezkor axborotlarni yetkazib berishga yo‘naltirilgan bo‘ladi. Sug‘urta kompaniyasi faoliyatida asosiy jarayon va funksiyalarni avtomatlashtirish nafaqat xodimning mehnat unumdorligini oshirishi, balki malakali mutaxassislarning asosiy vazifalari bilan ko‘proq shug‘ullanishiga, biznesning keyingi rivojlanishi yo‘lida marketing vositalarini har tomonlama joriy qilib borish uchun zaruriy shart-

sharoitlarni yaratadi. Sug'urta qiluvchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasidagi munosabatlar sug'urta shartnomasini tuzish yo'li bilan rasmiylashtiriladi hamda risklarni sug'urtalash bo'yicha moliyaviy shartlar haqidagi kelishuvga erishiladi.

Butun jahon global tarmog'i (internet) sug'urta kompaniyalari tomonidan taqdim etiladigan xizmatlarni tarqatuvchi bo'lib faoliyat yuritadi. Internet sug'urta - bu internet tarmog'i orqali sug'urtalanuvchi va sug'urta kompaniyasi o'rtasida shartnoma tuzilishiga erishish imkoniyatidir. Sug'urta kompaniyalari virtual ofis sifatida amal qilishi uchun quyidagi imkoniyatlarga ega bo'lishi kerak:

1. Mijozga kompaniyaning umumiy moliyaviy holati, unda ko'rsatiladigan xizmat turlari haqidagi ma'lumotlarni taqdim qila olishi.
2. Sug'urta mukofotining miqdori va tuzilishi.
3. Sug'urtalanuvchiga sug'urta mukofotini internet orqali to'lash imkoniyati borligini ma'lum qilishi.
4. Tasdiqlangan polisni mijozga internet orqali yuborish.

Elektron sug'urtaning amaliy tahliliga ko'ra, dunyo bo'yicha sug'urta mukofotlarining 2,5 trillion dollardan taxminan 1 foizi elektron sug'urta orqali qabul qilingan. 2015 yilda sug'urta mahsulotlarini sotib olish uchun 2444 mlrd. dollarlik to'g'ridan-to'g'ri mukofotlar ishlatilgan bo'lib, u YaIMning 7,8 foizini, rivojlanayotgan mamlakatlarda esa bu ko'rsatkich 208 mlrd. dollarni tashkil etgan. Shveysariyaning SIGMA tadqiqot guruhi 2030 yilga kelib elektron sug'urta bozorda 55-60 foiz ulushga ega ekanligini taxmin qilmoqda. Shu kabi, 166 million internet-foydalanuvchilaridan 25 foizi sug'urta xizmatlari haqidagi ma'lumotlarni olish uchun, 73 foiz so'rovlar esa sug'urta xizmatlarining narxleri xususidagi ma'lumotlarni olish veb-saytlardan foydalangan.

So'nggi bir necha yil ichida internetdan foydalanish boshqa barcha texnologiyalarga qaraganda tezroq o'sdi va bu xalqaro tijorat rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatdi. Internet sug'urta kompaniyalari uchun o'z biznesini rivojlantirishning yangi imkoniyatlarini taklif etadi. Shuning uchun sug'urta tendentsiyasining o'zgarishi bilan jismoniy shaxslar ulardan sug'urtalashning eng oson va tezkor usulini talab qiladi va natijada elektron sug'urtaning samaradorligi ortib boradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sug'urtalovchilar sug'urta qilishda hali "elektron"ga yo'l topmaganlar. Biroq majburiy, juda oddiy yoki arzon narxdagi mahsulotlar sotuvchidan ko'p harakat talab qilmaydi va internetda faol tarqatilishi mumkin. Avtotransport vositalarini sug'urtalash, sog'liqni saqlash, uy egalarini va hayotini muddatli sug'urtalash shular jumlasidandir. Shaxsiy sug'urta

mahsulotlarini elektron tijoratga moslashtirish bo'yicha ko'plab bahs-munozaralar mavjud bo'lib, sug'urta kredit kartalarini ishlab chiqish va tarqatish ushbu sohadagi yangi vositalardan biri hisoblanadi. Tariflarni (sug'urta xizmatlari narxini) pasaytirish, sotish hajmini ko'paytirish, ma'lumotlarga osonlikcha kirish, tranzaksiya xarajatlarini pasaytirish, mijozlarga yo'naltirilganlik, faoliyatning ixtisoslashuvi va savdo tarmog'ini qayta qurish - elektron sug'urtaning afzalliklaridan biri sanaladi.

5.2. Internet sug'urtaning tashkil etilishi va imkoniyatlari

O'zbekistonda internet sug'urtaning rivojlantirilishi istiqbolli ahamiyatga ega bo'lib, 2003 yil dekabr oyida qabul qilingan "Elektron raqamli imzo haqida"gi, 2004 yil may oyida qabul qilgan "Elektron tijorat haqida"gi, "Elektron hujjat aylanishlar tizimi" to'g'risidagi qonunlar bu tizimni rivojlantirishning huquqiy asoslari hisoblanadi. Yangi turdagi bunday xizmatlarni joriy qilish kelgusida sug'urta xizmatlari bozori hajmining ortishi, mijozlarga samarali va sifatli xizmatlar ko'rsatish, kompaniya daromadlarining o'sishiga, shu bilan birga raqobatbardoshlikning o'sishi, sug'urta kompaniyasini tashqi bozorda ham samarali faoliyat yurutish imkoniyatlariga ega bo'lishiga xizmat qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2014 yil 3 apreldagi "Iqtisodiyotning real sektorida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlari" to'g'risidagi qarori ijrosining bajarilishini ta'minlash hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va dasturiy loyihalarni tadbiq etish maqsadida sug'urta kompaniyalarida so'nggi yillarda AKTni rivojlantirish dasturi ishlab chiqildi. Loyihaning asosiy maqsadi kompaniyadagi barcha ish jarayonlarida axborot texnologiyalarini rivojlantirish orqali yagona tizimni shakllantirishdan iborat. Dasturning yana bir afzalligi shundaki, kompaniyada ish jarayonlari samaradorligini oshirishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng ko'lamda foydalanish orqali zarur sharoitlar yaratiladi. Yagona interaktiv davlat xizmatlari ochiq ma'lumotlar portalida sug'urta kompaniyasi yangi datasetlarni joylashtirdi. Aytib o'tish joizki, inson tomonidan qayta tartiblanishi talab qilinmaydigan, avtomatik tarzda o'qilishi ta'minlangan formatlarda, ma'lumotlar massivlari shaklida "Internet" tarmog'ida bepul joylashtiriladigan davlat organlari faoliyati haqidagi ma'lumotlar ochiq ma'lumotlar hisoblanadi. Data.gov.uz ma'lumotlarining ochiq ma'lumotlar shaklida joylashtirilishidan asosiy maqsad fuqarolar va tashkilotlar tomonidan foydalanilishi

uchun sharoit yaratish orqali xalqaro, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy natijalarga erishishdir. Aytish joiz ushbu dastur zamonaviy telekommunikatsiya infratuzilmasini tezkor rivojlantirishga qaratilgan bo'lib, kompyuterlashtirish sharoitlarini amalga oshirish, kadrlarni ushbu yo'nalishda tayyorlash va axborot xavfsizligini ta'minlashga xizmat qilish maqsadida ishlab chiqilgan.

Internet sug'urta mahsulotlarini sotishning yangi kanali hisoblanadi. Internetdan foydalanib sug'urta qiluvchilar an'anaviy sotuv kanalini tashkil qilish borasida uzoq muddatli va qimmatbaho jarayonni aylanib o'tgan holda bozorga kirib borishi mumkin. Bozorga kirishning internet hisobiga yengillashuvi butun dunyo sug'urta bozorlarida raqobatning kuchayishiga olib kelishi lozim. Kuchli raqobat sug'urta qiluvchilarni narxlarni pasaytirishga majbur qiladi, bu esa iste'molchilarda ijobiy aks etadi. Elektron tijorat sug'urta qiluvchilarga xarajatlarni pasaytirish va sug'urta bozori "shaffof"ligini oshirishga imkon beradi. Barcha sug'urta turlari, xususan, hayot va salomatlik, uy-joy, dala hovli, avtomobil, moddiy boyliklar (sun'iy yo'ldoshlardan tortib san'at asarlarigacha) deyarli barcha xizmat turlari (qurilish-montaj ishlaridan tortib sport bilan shug'ullanishgacha) va turli majburiyat turlari (fuqarolik javobgarligidan kasbiy javobgarlikkacha) sug'urta qilinadi. Shartnomani faqat bir necha marta uzaytirishning o'zi evaziga foyda olish mumkin bo'lgan ushbu biznesda sug'urta qildiruvchilar moyilligi juda katta ahamiyatga ega. Ta'kidlash joizki, agent orqali sug'urta qildirgan mijozlar odatda polisni xuddi shu agent orqali uzaytiradi, virtual mijozlar esa sug'urta qiluvchilarni tez-tez o'zgartirib turishga moyil bo'ladi.

Mukammal virtual sug'urta ofisi quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

mijozga kompaniyaning umumiy va molivaviy holati haqida to'liq axborotni

taqdim etish;

mijozga kompaniya xizmatlari haqidagi axborot taqdim etish va u bilan tanishib chiqish uchun imkon berish;

sug'urta mukofoti hajmini hisoblab chiqish va sug'urtaning har bir turi uchun

va muayyan ko'rsatkichlarga qarab to'lov shartlarini belgilab berish;

sug'urta qilish uchun ariza shakllarini to'ldirish;

bevosita internet orqali sug'urta polisini buyurtma qilish va to'lovni amalga oshirish;

vaqti-vaqti bilan amalga oshiriladigan to'lovlarni (sug'urta mukofotini bo'lib-bo'lib to'lashda) bevosita internet orqali to'lash;

sug'urtalanuvchining elektron raqamli imzosi bilan tasdiqlangan polisni mijozga internet tarmog'i orqali uzatish;

shartnomaning amal qilish davri mobaynida sug'urtalovchi va sug'urtalanuvchi o'rtasida axborot almashinish imkoniyati (mijozning sug'urta kompaniyasidan turli hisobotlar, jumladan, to'lovlar va tushumlar, shartnomalarning bajarilish holati va ularning o'zgarish tarixi haqida hisobotlar olish);

sug'urta hodisasi ro'y berganda tomonlar o'rtasida axborot ayirboshlash;

sug'urta hodisasi ro'y berganda sug'urta qoplamasini internet tarmog'i vositasida to'lash;

sug'urtalovchining mijozga boshqa turdagi xizmatlar va axborot taqdim etishi: konsalting, sug'urta atamalarining izohli lug'ati va boshqalar.

Internet sug'urtadagi muhim pozitsiyalar quyidagilardan iborat:

o'zining sug'urta xizmat ko'rsatish holatini onlayn ko'rib chiqish imkoniyati;

onlayn-sug'urtada xarajatlarning kamligi yoki eng maqbul stavkalarining qo'llanilishi;

onlayn-xizmatlar taqdim etuvchi kompaniyalarni tanlash imkoniyatining kengligi va xavfsizlikning ortishi;

o'zining moliyaviy vaziyatini onlayn o'zgartirish imkoniyati va onlayn-sug'urta jarayonlarining yengillashuvi;

mintaqadagi barcha sug'urta qiluvchilarning xizmatlarini taqqoslash va imzo qo'ymagan holda bitim tuzish imkoniyati.

Onlayn rejimida savdo nafaqat sug'urtalanuvchilar uchun, balki sug'urta sohasidagi firibgarlar uchun ham yangi faoliyat maydoniga aylandi. Firibgarlikka qarshi kurash uchun asl da'volarni qalbaki da'volardan farqlashga imkon beradigan yangi texnologiyalar ishlab chiqilmoqda. Davlat organlari sug'urta firibgarligiga qarshi kurash uchun tobora murakkab dasturlar ishlab chiqmoqdalar va bu jinoyatni sodir etganlik uchun jazoni tobora kuchaytirmoqdalar. Lekin bu jazo ko'pincha ko'riladigan foyda ko'lami bilan taqqoslanadigan darajada bo'lib chiqmaydi va qo'lga tushish ehtimoli firibgarlarni aslo to'xtatmaydi. Onlayn rejimda sug'urta firibgarligining ikki xil turi mavjud - mijozlar tomonidan asossiz da'volar va sug'urtalanuvchi fantomlar, ya'ni aslida mavjud bo'lmagan kompaniyalar. Tovarni arzonroq xarid qilishga intilish tufayli iste'molchi osonlik bilan firibgar firmaning qurboniga aylanishi mumkin.

Sug'urta xizmatlarining masofaviy tarzda ko'rsatilishi mijozlarga qulaylik yaratishi bilan bir qatorda xizmatlar turlari bilan yaqindan tanishish va optimal variantni tanlash imkonini beradi. Internet sug'urtada arizalarning to'ldirilishi va to'lovlarning amalga oshirilishi ham masofaviy tarzda amalga oshiriladi. Internet ariza – bu sug'urta kompaniyasining sayti orqali muloqot uchun ma'lumot taqdim etilishi, uchrashuv joyi va yoki sug'urta shartlarini aniqlash uchun mijozga oldindan qo'ng'iroq qilgan holda mutaxassis murojaati va sug'urta hujjatlarini to'ldirishidir. Internet to'lov esa polisni to'ldirish va tarifni hisob-kitob qilish uchun zarur bo'lgan axborotning sug'urta kompaniyasi sayti orqali taqdim etilishi, polisning internet orqali to'lanishi, tayyor polisning kuryer yordamida, ekspress-pochta orqali yetkazib berilishi yoki shartnomani ofisdan mustaqil oilb ketish imkoniyatidir. Quyidagi jadvalda O'zbekistonda sug'urta kompaniyalari faoliyatida internet sug'urta bozoriga kirish yo'lidagi to'siqlar yoritilgan bo'lib, ichki va tashqi omillar sanab o'tilgan. Mazkur omillarning bartaraf etilishi sug'urta bozorida xizmat ko'rsatish sifatining oshirilishi, sug'urta mahsulotlarini yaratish texnologiyalaridan unumli foydalanishni ta'minlaydi va sug'urtalash ko'lamini kengaytiradi.

4-jadval²²

Sug'urta kompaniyalari faoliyatida internet sug'urta bozoriga kirish yo'lidagi tosiqlar

Ichki	Tashqi
Kompaniyaning qisqa muddatli strategiyasi, innovatsion rivojlanish tashabbusining yo'qligi.	Aholida internet orqali xarid qilish tajribasining yo'qligi.
Tizimni xarid qilish va sozlash xarajatlarining kattaligi.	Mintaqalarda internetdan foydalanish qiymatining yuqoriligi.
Bunday tizimlarning unchalik keng tarqalmaganligi personalni o'qitish xarajatlari katta bo'lishini talab qilishi.	Mehnat bozorida kompaniyaning internet sug'urta tizimini yaratishga qodir bo'lgan malakali kadrlarning yo'qligi.
Kompaniya ichida zaruriy infratuzilmaning yo'qligi.	
Mintaqaviy bo'linmalarning innovatsiyalarga qarshiligi.	
Sifatli dasturiy mahsulotni loyihalashtirish va yaratishdagi qiyinchiliklar.	

²²Jadval muallif tomonidan ishlangan.

5.3. Sug'urta biznesida raqamli texnologiyalarni qo'llash yo'nalishlari

Raqamli sug'urta - bu raqamli texnologiyalar orqali sug'urta himoyasiga bo'lgan an'anaviy yoki o'ziga xos (raqamlashtirish natijasida hosil bo'lgan) ehtiyojni qondirish usulidir. XX-XXI asr boshlarida avtomatlashtirilgan va kompyuterlashtirilgan ishlab chiqarish usullarini joriy etish natijasida ishlab chiqarish hajmining o'sishi sodir bo'ldi. Buning natijasida sug'urta faoliyatini tashkil etish bilan bog'liq qator texnologik o'zgarishlar ro'y berdi. O'zining butun tarixi davomida sug'urta bir necha fundamental texnologik yangiliklarni boshidan o'tkazdi, xususan, zamonaviy sug'urta biznesining asosiga aylangan aktuar hisob-kitoblarni joriy etish, ommaviy sug'urta uchun asos yaratgan sug'urta agentlari mehnatidan foydalanish, sug'urta sohasida ko'plab biznes jarayonlarini amalga oshirishda soddalashtirgan kompyuterlardan foydalanish va boshqalar. Tarqoq ma'lumotlar bazalaridan foydalanish va potensial sug'urtalanuvchilar hamda sug'urta ob'ektlari to'g'risidagi ma'lumotlarning mavjudligi sug'urta sohasidagi texnologik tuzilmaning o'zgarishi va yangi sug'urta xizmatlarining shakllanishini ham belgilab berdi.

Sug'urtaning raqamli iqtisodiyotdagi o'rni va rolini aniqlashdan oldin "raqamli sug'urta" tushunchasining nazariy asoslarini ko'rib chiqish maqsadga muvofiq va u ikkita yondashuvga asoslanadi. Birinchidan, raqamli sug'urta mijozlarda sug'urta manfaatlari mavjudligi va ularni raqamli texnologiyalar orqali qondirish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlarni ifodalaydi. Boshqacha qilib aytganda, raqamli sug'urta sug'urta qoplamasini amalga oshirishning raqamli usuli hisoblanadi. Ikkinchidan, rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyotda raqamli texnologiyalarning faol rivojlanishi yangi risklarning paydo bo'lishiga sabab bo'lmoqda, shu jumladan kiber risklar²³, shuningdek, ilmiy tadqiqotlar jarayonida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan boshqa risklar. Raqamli iqtisodiyot risklarining bir qismi sug'urta mexanizmlarini qo'llash orqali minimallashtiriladi. Shu sababli raqamli sug'urta sug'urta qildiruvchilarning asosan raqamli iqtisodiyot muhitida yuzaga keladigan va texnologik uskunalardan foydalanishda hamroh bo'ladigan tasodifiy noxush hodisalar natijasida yuzaga keladigan aniq sug'urta qoplamasiga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish usuli sifatida tushuniladi, bu iqtisodiy

²³Шепелин Г. И. Современные кибер риски и страхование: состояние и перспективы // Страхование дело. 2017. № 9. С. 21–29.

munosabatlarni amalga oshirish uchun moddiy asos hisoblanadi. Ilgari ushbu sugʻurta xizmatlari elektron tijorat sugʻurtasi²⁴, kiber xatarlarni sugʻurtalash, elektron va kompyuter jinoyatlaridan sugʻurta deb nomlangan, biroq endilikda “raqamli sugʻurta” raqamli sugʻurta himoyasiga boʻlgan anʻanaviy yoki oʻziga xos (raqamlashtirish natijasida hosil boʻlgan) ehtiyojni qondirish usuli sifatida ularni birlashtirish imkoniyatiga ega. Shunga oʻxshash jarayonlar sugʻurta bozorida allaqachon sodir boʻlgan, masalan, telefon sugʻurtasi elektron uskunalarni sugʻurtalashning keyingi rivojlanishi uchun asos boʻlib xizmat qildi, bu endi mustaqil sugʻurta mahsuloti emas, balki mulkni sugʻurtalashga qoʻshimcha hisoblanadi. Shunday qilib, raqamli sugʻurta bir tomondan, raqamli iqtisodiyot tomonidan ishlab chiqilgan boʻlsa, boshqa tomondan, bu sugʻurta kompaniyasi tomonidan organik ravishda amalga oshiriladigan raqamli texnologiyalarni amalga oshiruvchi uning tarkibiy qismi hisoblanadi. Shu sababli, raqamli sugʻurta raqamli texnologiyalar orqali anʻanaviy yoki oʻziga xos (raqamlashtirish natijasida hosil boʻlgan) sugʻurta muhofazasi ehtiyojlarini qondirish usuli hisoblanadi. Shu bilan birga, sugʻurta kompaniyalari tomonidan raqamli texnologiyalardan foydalangan holda sugʻurta faoliyatini amalga oshirishni biz sugʻurta bozorini raqamlashtirish, deb taʼriflaymiz. Internetlashtirish sugʻurta bozorini raqamlashtirish yoʻnalishi sifatida sugʻurta kompaniyasining ish jarayonlarida internetdan foydalanish orqali amalga oshiriladi. Hozirgi vaqtda “Internet sugʻurta” atamasi keng tarqalgan boʻlib, u tor maʼnoga ega va sugʻurta xizmatlarini internet orqali sotishni nazarda tutadi. Sugʻurta bozorini raqamlashtirishning bir qator asosiy yoʻnalishlari mavjud boʻlib, ular raqamli iqtisodiyotning allaqachon oʻrnatilgan terminologiyasi doirasida sugʻurta faoliyatini internetlashtirish, raqamlashtirish va yakkalashtirish sifatida tavsiflanishi mumkin, ularning xususiyatlari quyidagi jadvalda keltirilgan.

Sugʻurta faoliyatini internetlashtirish sugʻurta kompaniyalarida quyidagi yoʻnalishlarda amalga oshiriladi:

- sugʻurta xizmatlarini internet orqali sotish;
- sugʻurta daʼvolarini internet orqali qondirish;
- internet orqali sugʻurta qildiruvchilar toʻgʻrisida maʼlumot toʻplash.

²⁴Цыганов А. А., Грызенкова Ю. В., Быстров А. В. Организация интернет-страхования: учеб. пособие. М.: Изд. центр ГУУ, 2004.

Sug'urta biznesini raqamlashtirishning asosiy yo'nalishlari tavsifi

Yo'nalish	Tavsif	Qo'llaniladigan raqamli texnologiyalar	Sug'urtalovchi auditoriyasi
Internetlashtirish	Sug'urta kompaniyalarining biznes jarayonlarida internetdan foydalanish	Yangi ishlab chiqarish texnologiyalari; simsiz texnologiyalar; bulutli texnologiyalar	Tashqi - sug'urta qildiruvchilar; ichki - xodimlar, sug'urta agentlari
Yakkalashtirish	Sug'urtalanuvchi va sug'urta ob'ekti haqida imkon qadar kengroq ma'lumotlarni to'plash uchun alohida takliflarni ishlab chiqish	Katta ma'lumotlar; yangi ishlab chiqarish texnologiyalari; simsiz ulanishlar	Tashqi - sug'urta qildiruvchilar (shu jumladan, potensial sug'urtalanuvchilar)
Raqamlashtirish	Sug'urtalovchining biznes jarayonlarida raqamli texnologiyalardan foydalanish	Yangi ishlab chiqarish texnologiyalari; simsiz ulanishlar	Ichki - xodimlar; tashqi - sug'urta qildiruvchilar

Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar, korxonalar va hukumat tomonidan internetdan tobora ko'proq foydalanish sug'urta bozorining yangi segmentlari paydo bo'lishiga olib keladi, masalan, kiber risklarni sug'urtalash, internet ob'ektlarini sug'urtalash va boshqalar. Bu jarayonlar to'raligicha raqamli sug'urtaga taalluqli va sug'urta biznesining internetlashtirilishiga hech qanday aloqasi yo'q. Shunday qilib, sug'urta bozorini internetlashtirishni rivojlantirishga hissa qo'shadigan omillar quyidagilardan iborat:

- internet foydalanuvchilari va onlayn savdo operatsiyalari bilan shug'ullanadigan shaxslar sonining ko'payishi;
- sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchining internet orqali o'zaro aloqalarini tartibga soluvchi qonunlarning paydo bo'lishi;
- sug'urta xizmatlarini onlayn sotish va internet orqali sug'urta da'volarini hal qilishning yuqori rentabelligi;

²⁵Jadval muallif tomonidan tuzilgan.

- O‘zbekistonda sug‘urta bozorida internet savdoning past darajadagi bazasi;

- sug‘urta xizmatlarini xususiylashtirish, ularga taklif qilish va zararlarni qoplashga qaratilgan sug‘urta qildiruvchilar tomonidan Big Data texnologiyalaridan faolroq foydalanish.

Sug‘urta faoliyatida internet sug‘urtani rivojlantirishga to‘sqinlik qiluvchi omillar esa quyidagilardir:

- sug‘urta firibgarligining yuqori darajasi;
- onlayn sug‘urta operatsiyalarining kiber jinoyatchilikka ta’sir qilishi;
- O‘zbekiston hududini yuqori sifatli internet bilan to‘liq qamrab olishdagi muammolar;

- sug‘urtalovchilarning zararlilik koeffitsientining yuqori darajasi tufayli internet sug‘urtasining drayveri rolini o‘ynashi mumkin bo‘lgan ommaviy sug‘urta turlariga (birinchi navbatda, avtosug‘urtaga) qiziqishning pastligi;

- aholining sug‘urta madaniyati va sug‘urta kompaniyalariga bo‘lgan ishonchning pastligi.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonda sug‘urta bozorining rivojlanishi tobora raqamli iqtisodiyotning sug‘urta texnologiyasiga ta’sir ko‘rsatadigan, ammo uning iqtisodiy mohiyatini o‘zgartirmaydigan yangi texnologiyalarni joriy etishga bog‘liq bo‘lib bormoqda. Raqamli texnologiyalarni sug‘urta faoliyatida qo‘llash natijasida:

- sug‘urta faoliyati samaradorligi va rentabelligi oshadi;
- o‘zaro va tijorat sug‘urtasining yaqinlashuvi (P2P sug‘urtasi) amalga oshadi;

- sug‘urta munosabatlarining ijtimoiylashuviga erishiladi;
- yangi sug‘urta xizmatlari va mahsulotlari paydo bo‘ladi;
- sug‘urta sohasidagi mehnat bozori o‘zgaradi, ya’ni ba’zi sug‘urta agentlari, soha mutaxassislarini avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va robotlar bilan almashtirish sodir bo‘ladi.

6-MAVZU. SUG‘URTA SOHASIDA QO‘LLANILADIGAN YANGI IT-TEXNOLOGIYALAR

6.1. Sug‘urta kompaniyalari faoliyati uchun yaratilgan internet imkoniyatlari

Butun dunyo hamjamiyati shuni tan olmoqdaki, XXI asrda bilim eng bebaho resurs sifatida – iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida namoyon bo‘ladi. Bilim va axborotlarni yaratish, uzatish va ularga ega bo‘lish tez sur‘atlarda amalga oshayotgan bir davrda ularni eslab qolish imkoniyati mavjud emas. Bilim va axborotlarni yig‘ish, tanlash, qayta ishlash, uzatish va amaliyotda qo‘llashning vosita va usullariga ega bo‘lish zarur. Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, madaniy va ekologik sohalarda jiddiy o‘zgarishlarga sababchi bo‘lgan globallashuv jarayonida, ayniqsa, AKT sohasidagi keskin taraqqiyot axborot resurslarining rivojlanishiga olib keldi. Bu esa foydalanuvchilardan axborotdan unumli foydalanishni talab etadi. XXI asrning insoniyatga taqdim etgan afzalliklaridan biri AKT imkoniyatlari bo‘lib, u aynan shu talabga javob beradi, ya‘ni bugungi kunda inson AKT imkoniyatlaridan foydalanibgina qolmay, balki ularni kundalik faoliyatida to‘g‘ri va unumli joriy etish, ko‘zlangan maqsadlari yo‘lida yutuqlarga erishishiga ko‘mak berishi shartdir. Bugungi kunda internet imkoniyatlaridan xabardor bo‘lish va ulardan foydalana bilish zarurati ortib bormoqda. Dastlab internet bu turli-tuman ma‘lumotlar, bilimlar ombori edi. Endilikda internet yordamida birgalikda unumli ishlash imkoniyatlari ham rivojlanib bormoqda. Internet aynan shu imkoniyatlari bilan foydalanuvchilarni o‘ziga jalb etmoqda, mazkur imkoniyatlar, ayniqsa, tadbirkorlik faoliyatida, xususan sug‘urta tizimida juda asqotmoqda. Buning uchun ushbu imkoniyatlardan unumli foydalanish zarur. Masalan, kundalik faoliyatda zarur bo‘lgan axborotlarni topish, yangiliklar bilan tanishish, sug‘urtalanuvchilar bilan muloqot qilish, zarur anjomlar va texnologiyalarni sotib olish va to‘lovlarni amalga oshirish uchun foydalanilmoqda. Internetda o‘z kompaniyasi hamda sug‘urta xizmatlari haqidagi ma‘lumotlarni veb-sahifada va jamoa tarmoqlariga joylashtiruvchi kompaniyalar soni o‘sib bormoqda, internet orqali xizmatlarni amalga oshiruvchi kompaniyalar soni ko‘paymoqda. Sug‘urta to‘lovlarni bajarish uchun ham bankka borish zarurati yo‘qolib bormoqda. Sug‘urta sub‘ektlari uchun internet yordamida yangiliklarni olish va

yuborish qulay bo'lib qoldi. Quyida tadbirkorlar, xususan, sug'urta kompaniyalari uchun internet imkoniyatlari sanab o'tiladi:

- ma'lumotlarni topish, olish, saqlash va ular ustida ishlash;
- yangiliklardan xabardor bo'lish, yangi mijozlar va hamkorlarni topish;
- sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqish va sotish imkoniyati kengligi;
- marketing va bozor monitoringini amalga oshirish;
- raqobatlarining ish faoliyatini nazorat qilish;
- to'lovlarni bajarish;
- biznesni boshqarish;
- yangi g'oyalar va loyihalar haqida ma'lumot olish va biznesni rivojlantirish;
- tezkor aloqa qilish va murojaat etish.

Ushbu imkoniyatlarga erishish uchun internet texnologiyalaridan unumli foydalanish zarur. Shu bilan birga, sug'urta kompaniyasi va u ko'rsatadigan sug'urta xizmatlari haqidagi ma'lumotni internetga joylashtirish va uni ommalashtirishni yo'lga qo'yish muhimdir. Biznesni boshqarish uchun mavjud bo'lgan imkoniyatlardan foydalanish mumkin. Internet dastlab bir necha harbiy tadqiqotchilik markazlari o'rtasida axborot resurslaridan birgalikda foydalanish uchun yaratilgan edi. Keyinchalik ushbu imkoniyatdan olimlar va tadqiqotchilar foydalana boshladi. Yildan-yilga uning imkoniyatlari oshib bordi, natijada uning foydalanuvchilari doirasi ham kengaydi. Bugun internet bir qator imkoniyatlarga ega, aynan ushbu imkoniyatlar uning keng ommaga manzur bo'lishi sababchisidir. Shuning uchun hozirgi kunda internet kattayu-kichikning eng yaqin do'stiga aylandi. Umuman olganda, internet quyidagi imkoniyatlarga ega:

- elektron pochta xizmati;
- erkin muloqot qilish (chat, forum, videokonferensiya);
- ma'lumotlarni olish va tarqatish (veb-sahifalar, veb-bloglar, jamoa tarmoqlari, axborotnomalar, yangiliklar);
- elektron tijorat.

Elektron pochta xizmati oddiy pochta vazifasini bajaradi. U bir elektron manzildan ikkinchisiga ma'lumotlar jo'natilishini hamda qabul qilinishini ta'minlaydi. Elektron pochta yordamida xat, rasm, hujjat, jadvallar, audio va video-fayllarni yuborish va qabul qilish mumkin. Eng asosiysi, xat bir zumda o'z manziliga yoki bir necha manzilga yetib boradi. Elektron xatni o'qish uchun elektron pochta qutisini ochish zarur, bu maxsus pochta tarmog'i yoki internet tarmog'idagi elektron pochta

xizmatlari orqali amalga oshiriladi. Internet foydalanuvchisi elektron manzil yordamida internetning turli xizmatlaridan foydalanish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Muloqot qilish – internet foydalanuvchilari o‘zaro muloqot qilishi uchun muhit yaratadi. Matn, ovoz va video aloqa yordamida muloqot qilish mumkin bo‘ladi. Forum va chatda klaviatura yordamida chop etish orqali muloqot qilish mumkin. Lync, Gmail, Mailagent, Skype, Viber kabilar orqali audio va video aloqalarni ham amalga oshirish mumkin. Telefonda muloqot qilinganda suhbatdoshni faqatgina eshitish mumkin. Video aloqa yordamida esa suhbatdoshni eshitish bilan birga, uni ko‘rish ham, ya’ni suhbatdoshning mavzuga bo‘lgan munosabatini kuzatish mumkin, ayniqsa, sug‘urta faoliyatida bu texnologiya juda qo‘l keladi. Bir paytning o‘zida bir necha kishi bilan video aloqa o‘rnatish mumkin.

Ma’lumotlarni tarqatish – internet imkoniyatlaridan biridir. Uning yordami bilan yangiliklarni va axborotlarni keng doiraga qisqa vaqt ichida tarqatish mumkin. Bu axborot uzatishning eng tez va arzon usulidir. Bunda axborot 24 soat davomida mijozlar e’tiborida bo‘ladi. Sug‘urta faoliyatiga oid ma’lumotlarni veb-sahifalar, veb-bloglar, jamoa tarmoqlarida, axborot portallarida, axborotnomalar va tarqatmalar yordamida tarqatish mumkin. Kundan-kunga internet mijozlari soni o‘sishi uni eng unumli ommaviy axborot vositasiga aylantirmoqda.

Elektron tijorat – bu internetda savdo-sotiqni amalga oshirishdir, uning imkoniyatlari turli-tuman bo‘lib, internet orqali texnika, dori-darmon, kiyim-kechak va oziq-ovqat mahsulotlarini sotish yoki xarid qilish va xizmat ko‘rsatish mumkin, bu xizmat yordamida sifatli mahsulot sotish bilan birga, vaqt va mablag‘ni tejash mumkin. Ushbu usuldan korxonalar hamda jismoniy shaxslar foydalanmoqda, shuning uchun bu texnologiya tezda rivojlanmoqda. Ba’zi korxonalar savdo-sotiqni faqat internet orqali amalga oshirmoqda.

6.2. Internetda axborot ta’minoti va undan foydalanish tartibi

Internet – bu global tarmoqdir, uni butun jahon o‘rgimchak to‘ri (World Wide Web) deb ham atash mumkin. Bu tarmoq millionlab kompyuterlar (veb-serverlar) to‘ridan tashkil topadi. Ular o‘zaro telefon tarmog‘i, kabellar va sun’iy yo‘ldoshli tarmoqlar orqali bog‘lanadi. Axborotlar ushbu kompyuterlarda joylashgan bo‘lib, ular jahon yagona axborot olamini yaratadi, ushbu axborot olami tarmoqdagi barcha kompyuterlar uchun ochiq bo‘ladi. Axborotlar giper matnli hujjatlardan

tashkil topgan bo‘lib, ular veb-sahifalar deb ataladi. Veb-sahifalarda turli ma‘lumotlar joylashtiriladi. Bu hujjatlar jadval, diagrammalar, rasm, audio, video-lavhalar, kitob va jurnallar, hujjatli hamda badiiy filmlar va boshqalardan iborat bo‘ladi. Umuman olganda, internetda turli axborotlar mavjud, biroq hamma axborot ham barcha foydalanuvchilar uchun ochiq bo‘lmaydi. Ba‘zi axborotlar yopiq bo‘ladi va ulardan cheklangan foydalanuvchilar foydalanishi mumkin bo‘ladi. Bu ruxsat yoki parol orqali amalga oshiriladi. Masalan:

korxonaning strategik faoliyatiga doir axborotlar faqat korxonada xodimlariga ochiq, umumiy ma‘lumotlar esa barchaga ochiq bo‘lishi mumkin;

elektron kutubxonaning ba‘zi ma‘lumotlari pulli bo‘lishi mumkin va ular to‘lov amalga oshirilgandan so‘ng ochiladi. Internet yordamida zarur axborotlarni qidirish, uzatish va almashish juda oddiy va qulaydir. Shu bilan birga, ulardan muloqot qilishda va muhokamalarda ishtirok etishda ham foydalanish mumkin. Sahifadan sahifaga o‘tib, zarur axborotlarni o‘qib bilim olishda, vaqtning qanchalik tez o‘tganini sezmay qolish mumkin. Agar internetda ishlash malakasi bo‘lsa, internet bo‘ylab sayohat katta huzur bag‘ishlaydi. Shu bilan birga, internet tarmog‘ida juda katta hajmdagi axborot olamida osongina adashib qolish ham mumkin, chunki internetdagi axborotlar hajmi kundan-kunga o‘sib bormoqda. Ma‘lumotlar oddiy kutubxonadagi kabi kitob va jurnallarda, kitob va jurnallar esa javonlarda joylashadi. Bunda kitob va jurnal vazifasini fayllar bajaradi.

Axborot xavfsizligi quyidagilar bilan belgilanadi:

- Maxfiyligi (konfidensialligi) – axborotdan foydalanish imkoniyati faqatgina vakolatga ega bo‘lganlar uchun ochiq bo‘ladi.
- Axborot butunligi bu axborotning to‘g‘riligini, to‘liqligini va uni qayta ishlash usullari bilan ta‘minlanganligini ifodalaydi.
- Axborotdan foydalanish imkoniyati – axborotdan foydalanish imkoniyatining zarur hollarda vakolatga ega bo‘lgan foydalanuvchilar uchun berilishidir. Axborotning xavfsizligi texnik tomondan axborot oqimi xavfi, ataylab axborotlarga va tizimga zarar ko‘rsatuvchi harakatlar yo‘qligi bilan aniqlanadi. Bunda zarar ataylab ichki va tashqi tomondan ko‘rsatilishi mumkin. Masalan, axborot tizimi mukammal bo‘lmasa, u axborot oqimi yaratilishiga sabab bo‘ladi yoki kompaniya xodimlari ham zarar ko‘rsatishdan istisno emasligi hisobga olinadi. Shuning uchun axborot tizimi mukammalligi ta‘minlanishiga jiddiy e‘tibor qaratiladi. AKT xavfsizligi ingliz tilida “IT security” bo‘lib, bu axborotning himoyalanganlik holatini, u qayta ishlanayotgan axborotning xavfsizligini

va tatbiq etilgan axborot tizimi xavfsizligini ta'minlaydi. Masalan, kompaniya shartnomalari bazasi - bu axborot bo'lib, shartnomalar ishlanayotgan tizim axborot tizimi hisoblanadi. Bunda xavfsizlik axborot va tizim xavfsizligi ta'minlangandagina amalga oshiriladi.

Axborot tizimi xavfsizligi – bu axborot tizimining himoyalanganlik holati bo'lib, unda axborot resurslarining maxfiyligi, ochiqligi, butunligi va aslligi ta'minlanadi. Masalan, kompaniya ma'muriy va moliyaviy tizimi yoki kompaniya hamkorlari hamda xaridorlari axborot tizimining xavfsizligi. Axborot xavfsizligi – bu axborotning va uni qo'llab-quvvatlovchi tizimning axborot munosabatlari sub'ektlariga nojo'ya zarar ko'rsatishi mumkin bo'lgan tasodifiy yoki ataylab, tabiiy va sun'iy ta'sir hamda harakatlaridan himoyalanganligidir. Masalan, kompaniya mijozlari tomonidan axborot tizimiga zarar yetkazilishi mumkin, ya'ni kompaniyaga zarar yetkazish maqsadida axborotlar o'chirilishi yoki sug'urtalanuvchilarga ziyon yetkazish maqsadida ma'lumotlar o'g'irlanishi mumkin.

6.3. Sug'urta kompaniyalari faoliyatida axborot xavfsizligini ta'minlash tartib-qoidalari

AKT yordamida faoliyatni amalga oshirishda kompaniyaning axborot xavfsizligini ta'minlash zarur, ushbu faoliyat muayyan tartibda amalga oshirilishi mumkin. Kompaniya axborot xavfsizligi siyosatiga ega bo'lishi va ushbu siyosat bilan barcha xodimlar tanish bo'lishi zarur, ushbu siyosat himoya qilinishi zarur bo'lgan ma'lumotlar, jarayonlar va himoya qilish vositalari, vakolat darajalari hamda himoya qilish tartiblari haqidagi batafsil tavsifni o'z ichiga olishi shart. Axborot tizimi xavfsizligini amalga oshirishda uning quyidagi yo'nalishlar bo'yicha himoyasini amalga oshirish zarur:

axborot tizimi ob'ektlari himoyasi, ularni qayta ishlash jarayonlari, amallari va dasturlari himoyasi;

aloqa kanallari (akustik, kabelli, radiokanalli va boshqalar) himoyasi; himoya tizimi boshqaruvi himoyasi.

Har bir yo'nalish himoyasini amalga oshirish uchun quyidagilarni bajarish lozim:

himoya qilinishi zarur bo'lgan axborot resurslarni va axborot oqimi ehtimoli mavjud bo'lgan kanallarni aniqlash;

mavjud bo'lishi mumkin bo'lgan axborot oqimi xavflarini baholash;

himoya tizimiga bo'lgan talablarni o'rganish va shakllantirish;

axborot himoyasi vositalarini tanlash;
himoya tizimi butunligini va boshqaruvini nazorat qilishni ta'minlash.

Kompaniya axborot xavfsizligi nazorati quyidagilarni o'z ichiga olishi zarur:

axborotlarni ehtiyotlash, ya'ni ulardan foydalanuvchi xodimlar doirasini qisqartirish;

litsenziyali antivirusdan foydalanishni ta'minlash;

elektron pochta xavfsizligini ta'minlash, korxonada elektron pochta foydalanish tartiblarini o'rnatish;

parollardan foydalanish siyosatini yo'lga qo'yish va server xavfsizligini ta'minlash;

korxonada axborot bazalari va tizimlari xavfsizligini ta'minlash;

axborot xavfsizligi siyosatini yaratish.

Sug'urta kompaniyalari faoliyatida axborot xavfsizligini ta'minlashda quyidagi jihatlarga jiddiy e'tibor qaratish lozim:

Kompaniya axborot xavfsizligi strategiyasini ishlab chiqish lozim. Ushbu siyosat bilan har bir xodimni tanishtirish, unda o'yinlar o'ynash, flashka va disklardan foydalanish, ijtimoiy tarmoqlarda shaxsiy maqsadda foydalanishni ta'qiqlash maqsadga muvofiq.

Kompaniyada axborot xavfsizligi tizimini joriy etish va bunda ishonchli mutaxassislar xizmatidan foydalanish lozim. Maxfiy hujjatlar foydalanuvchilari rasmiy holatda belgilanadi va ushbu hujjatlar bilan ishlovchi xodimlar bilan tushuntirish ishlari olib boriladi. Antivirus dasturlari kompyuterni virusdan himoyalaydi va shuning uchun uning tezligini biroz kamaytiradi. Ba'zilar shu sababli antivirus dasturlaridan foydalanmaydilar. Bu juda ham katta xatodir, chunki bu holda kompyuterdagi ma'lumotlarni yo'qotish yoki zararlanish holatiga duch kelish mumkin. Shuning uchun antivirus dasturidan ehtiyotkorlik va xavfsizlikni ta'minlash uchun foydalanish maqsadga muvofiqdir. Antivirus dasturlari korxonaning barcha kompyuterlariga o'rnatilishi zarur, antivirus dasturlarining bir necha kompyuterlarga o'rnatiluvchi turlari ham mavjud bo'lib, ularni muntazam ravishda yangilash zarur. Odatda dasturning yangi shakli yangi imkoniyatlarga ega bo'ladi va kamchiliklarni hisobga oladi, ya'ni dastur doimo rivojlanish jarayonida bo'ladi. Shuning uchun dasturlarning yangi shakllari haqidagi yangiliklardan xabardor bo'lmoq zarur.

Boshqa ofis yoki jamoa joylaridagi kompyuterda elektron pochta yoki boshqa xizmatlardan foydalanmaslik zarur, foydalanilgan taqdirda

ham maxfiy ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlashga alohida e'tibor qaratmoq lozim. Bunda "soxranit parol" maydonini tekshirish va mavjud belgini o'chirishni unutmash lozim. Aks holda, begonalar kompaniya maxfiy ma'lumotlaridan foydalanib, korxonada nomidan xaridorlarga hujjatlar yoki zararli xatlar yuborishi, muloqot qilishi, buyurtmalar yoki talabnomalar yo'llashi mumkin.

Muntazam ravishda kompaniya axboroti xavfsizligini tekshirib borish lozim. Ayrim hollarda ushbu xizmatlar provayderlarga yoki mutaxassislarga shartnoma asosida yuklanadi. Bunda kompaniya ularga ma'lumotlarni tekshirish, uning axborot tizimiga kirishga ruxsat berishi zarur bo'ladi. Bunda axborotlarning xavfsizligi, tizim xavfsizligi va xodimlarning faoliyati nazorat qilinadi.

Kompaniyaning barcha xodimlari mas'uliyatni his etgan holda axborot xavfsizligi qoidalariga rioya etishi zarur hamda ushbu qoidalarga amal qilishini tekshirishga mas'ul xodim belgilash shart. Muntazam ravishda internetning yangi imkoniyatlari bo'yicha forumlar olib borish va unda barcha xodimlarning ishtirok etishini ta'minlash zarur. Internet imkoniyatlaridan foydalanish va axborot xavfsizligi xususida xodimlar uchun muntazam ravishda treninglar tashkil etish sug'urta xizmatlarining keng qamrovini ta'minlaydi.

7-MAVZU. AXBOROT RISKLARINI SUG'URTALASH

7.1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning iqtisodiy mohiyati va nazariy asoslari

Jahon iqtisodiyoti rivojlanish yo'lida borar ekan, unda katta hajmdagi axborot oqimlariga bog'liqligi o'sib borishi tendensiyasi kuzatilmoqda. Axborot va aloqa texnologiyalarining rivojlanishi bilan sub'ektlar o'rtasida turli xildagi axborot almashinuvi sohasida o'zgarishlar yuz berdi, bu hozirgi jamiyatning ko'plab masalalarini axborot texnologiyalari yordamida tezkorlik bilan yechish imkonini yaratdi. Shunday bo'lsada, asosida dunyoviy va milliy axborot makoni yotgan hisoblash tizimlari va tarmoqlarining doimiy ravishda murakkablashib borayotgani hozirgi zamon jamiyati oldiga axborot xavfsizligini ta'minlashday murakkab vazifani qo'ymoqda. Ma'lumotlarni muhofazalash texnologiyalari yil sayin takomillashib bormoqda, ammo himoyaning zaifligi kamayish o'rniga doimiy ortib bormoqda. Zamonaviy iqtisodiyotning har qanday faoliyati axborot texnologiyalarining u yoki bu darajada qo'llanishiga asoslangandir. Bank faoliyati ham, moliya bozorlari ham, biznes va ta'lim tizimi ham, aholi va davlatning faoliyat yuritishi ham bir butun holda axborot texnologiyalari bilan bog'liq. Chunki dunyodagi asosiy moliyaviy oqimlar telekommunikatsiya tarmoqlari orqali o'tmoqda. Shuning uchun axborotni muhofazalash tizimlarini korxonalarda, investitsiyalarni jalb etishda, ishlab chiqarishni tashkil etishda ham zarurat tug'ilmoqda. Axborot xavfsizligi asosan 3 ta masalani - maxfiylik, butunlik va ishonchlilik masalasini hal qilishga qaratilgan. Maxfiylik deganda, axborotni egasining ruxsatisiz yoki kalitisiz o'qib bo'lmaydigan holga keltirish va boshqa yo'llar bilan axborotni muhofaza qilish tushuniladi. Butunlik deganda, axborot va dasturli ta'minotning aniqligi va to'liqligini muhofaza qilish tushuniladi. Ishonchlilik deganda axborotning to'g'ri qabul qilinish hamda axborot kim tomonidan yuborilganligini aniqlay bilish xususiyati tushuniladi²⁶. D.A.Lavsov axborot xavfsizligini fuqarolar, alohida guruhlar va aholi ijtimoiy guruhlarining hayotiy faoliyati va ish yuritishlarida sifatli hamda muhofazalangan axborot resurslaridan foydalana olish imkoniyatini yaratish sifatida qaraydi²⁷. U kelajakda inson

²⁶ O'zbekiston Respublikasi "Axborotlashtirish to'g'risida"gi Qonun.

²⁷ Ловцов Д.А. Информационная безопасность больших эргатических систем: концептуальные аспекты. М., 1998.

axborot “arbobi” sifatida yagona axborot muhitining tarkibiy qismiga aylanadi, deya qayd etadi. Shu munosabat bilan u quyidagi uchta: aqliy, hissiy va faoliyatga oid bilim turlarini egallashi lozim. Bugungi kunda davlat miqyosida axborot xavfsizligiga ikkita yondoshuv mavjud. Ijtimoiy soha mutaxassislari axborot xavfsizligini maxfiy institutga taalluqli, deb hisoblaydilar. Boshqa tuzilmalar esa axborot xavfsizligini amalda axborot sohasi bilan tenglashtiradi. O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga ko‘ra, axborot xavfsizligi deganda, uning axborot sohasidagi shaxs, jamiyat va davlatning muvozanatga keltirilgan manfaatlarining umumiyligi bilan belgilanadigan milliy manfaatlarining muhofazalanganlik holati tushuniladi²⁸. Bugungi kunda axborot xavfsizligi va axborotni muhofazalashning ilmiy - metodologik asosini rivojlantirish masalasi o‘ta dolzarb hisoblanadi. Axborotni muhofaza qilish ham ichki, ham tashqi muhitdan kiradigan biron-bir axborot tizimining salbiy ta’sirildan, shuningdek, ko‘rilayotgan tizimdan tashqi muhitga chiqayotgan axborotning salbiy ta’siridan himoyalashning ma’lum usul va vositalarini qo‘llashdan iboratdir. Bu muammoning dolzarbligi shundan iboratki, axborot ham insonga, ham texnikaga ijobiy bo‘lgani kabi, salbiy tomondan ham juda katta ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Jumladan, kishilarda yomon kayfiyat qo‘zg‘ab, ularning axloqini buzishi, kompyuterga maxsus moslama o‘rnatish orqali esa tashqaridan turib uni safdan chiqarishi yoki uning ishini bo‘lib qo‘yishi mumkin. Bizning nazarimizda, axborot tahdididan himoyalash muammosi axborotni muhofaza qilish muammosidan ancha jiddiy, negaki, bu tahdidning ta’sirini, odatda aniqlash qiyin, ya’ni ular doim ham ochiq-oydin ko‘rinmaydi. Shu bilan birga, axborot tahdididan himoyalash texnik qarorlardan ko‘ra, birinchi navbatda tashkiliy va huquqiy xarakterdagi qarorlarni, buning ustiga ham davlat, ham davlatlararo, ham xalqaro doiradagi qarorlarni ishlab chiqishni va joriy etishni talab qiladi. Axborot xavfsizligi muammosining dolzarbligi axborot, kompyuter texnologiyalari sohasidagi, turli iqtisodchi va olimlar turlicha ta’riflaydigan yangi tipdagi jamiyat va iqtisodiyotni shakllantirish sohasidagi zamonaviy axborotlashgan jamiyat shakllanishi tendensiyalari bilan belgilanadi. Amerikalik sotsiolog K.Krouford hozirgi zamon jamiyatini — bilimlar jamiyati sifatida ta’riflaydi. Bu jamiyatda asosiy rol bilimga beriladi, yangi bilim yangi texnologiyalarning paydo bo‘lishiga

²⁸ «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни 12.12.2002 й. N 439-II.

olib keladi, bu pirovard natijada dunyoni yangicha ko'rishning yuzaga kelishiga sabab bo'ladi.

Hozirgi paytda dunyoda axborotlashgan jamiyat jadal shakllanib bormoqda. Bu quyidagilarda namoyon bo'ladi²⁹: birinchidan, an'anaviy bozorlar (xom ashyo, mehnat bozorlari) bilan bir qatorda axborot bozori vujudga kelmoqda. Axborot texnologiyalari bozori eng dinamik rivojlanib borayotgan bozor hisoblanadi. Butun jahonda kompyuter texnikasiga bo'lgan talab o'sib bormoqda, dunyo telekommunikatsiyasi bozori yiliga milliardlab dollar daromad keltirmoqda. Ikkinchidan, axborot texnologiyalari jihatdan eng rivoj topgan mamlakatlar o'z iqtisodiyotini noishlab chiqarish sektorini rivojlantirish uchun qayta ixtisoslashtirmoqda. Bu mamlakatlarda bilim, axborot ishlab chiqarish, axborot xizmati va mahsulotlari bilan bog'liq bo'lgan barcha sohalar an'anaviy sanoatdan ko'ra tez rivoj topmoqda va ularning iqtisodiy rivojlanishida yetakchi o'rin tutmoqda. Uchinchidan, hamma joyda shaxsiy (personal) kompyuterlar, dasturiy ta'minot, aloqaning turli tarmoqlari tarqalib bormoqda. To'rtinchidan, barcha axborot resurslari, mahsulotlari, xizmatlari uchun erkin foydalanish ko'lami kengayib bormoqda. Axborot inson uchun noyob va abadiy resursga aylanmoqda. Uning noyobligi hozirgi sharoitda faqat kuchayib bormoqda. Bizning nazarimizda, axborotning inson, jamiyat, iqtisodiyot uchun asosiy vazifasi va muhimligi undan foydalanish, unga murojaat etishdan iborat. Shu bilan birga axborot voqealar va hodisalar haqida xabar yetkazish manbai; qarorlar qabul qilishda resurs; jamiyat va insonga salbiy ta'sir etuvchi manba; aqliy mulk ob'ekti; tovar sifatida muomalada ishtirok etishi mumkin. Aynan bir sub'ektdan boshqasiga turli shakllarda o'tib, axborot qiymatga ega bo'ladi. Axborot resurslari ishonchli axborotni samarali qo'lga kiritish uchun tashkil etilgan ma'lumotlar majmuini o'zida ifoda etadi. O'zbekiston qonunchiligiga ko'ra, axborot resurslari – bu kutubxonalar, arxivlar, fondlar, ma'lumotlar banki, axborot tizimining boshqa shakllarida joylashgan alohida hujjatlar va hujjatlar majmuidir. Axborot texnologiyasi - axborotni to'plash, saqlash, izlash, unga ishlov berish va uni tarqatishni ta'minlaydigan, texnologik zanjirga birlashtirilgan ishlab chiqarish va dasturiy – texnologik vositalarining jami uslublari³⁰. Axborot tizimi muayyan korxonada biznes yuritishning shakllangan modelini o'zida namoyon qiladi. Uning

²⁹Глобальное видение, как элемент выработки и принятие стратегических интересов. Доклад РИСИ. М., 1998.

³⁰А.Н.Арипов va boshq. Axborot kommunikatsion texnologiyalari izohli lug'ati. T.2004, 36-37 b.

yordamida bu yerda yuz berayotgan barcha asosiy jarayonlar aks etadi. Kompaniyaning axborot tizimi (yoki korporativ axborot tizimi) proektsiyalangan murakkab multimodelli ob'ekt sifatida qaraladi va quyidagi an'anaviy elementlarni o'z ichiga oladi: tarmoq, kompyuter, telekommunikatsiya uskunalari; dasturiy ta'minot, axborotni muhofazalash usullari; xizmat ko'rsatmalari (instruksiyalari); ichki va tashqi kabel tarmoqlari. Fikrimizcha, axborot bozori axborot mahsulotlari va xizmatlari, axborot texnologiyalari savdosi bo'yicha iqtisodiy, huquqiy va tashkiliy munosabatlar tizimini o'zida ifoda etadi. Axborot bozorini axborot faoliyati natijasida yuzaga keladigan mahsulotlar oldi – sotdisi borasidagi iqtisodiy munosabatlarning majmui sifatida tushunish ham mumkin. Axborot riski korxonada axborot tizimiga ichki va tashqi kompyuter hujumi tahdidini, buning natijasida tizimdagi axborotning, birinchi navbatda, maxfiy ma'lumotlarning o'g'irlanishi, zarar ko'rish yoki almashtirilishi xavfini o'zida ifoda etadi. Ya'ni, axborot riski – bu korxonalarda axborot texnologiyalarini qo'llash natijasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zarar yoki shikast ko'rishning ehtimollik darajasidir. Shunday qilib, axborot risklari elektron tashuvchilar va boshqa aloqa vositalari yordamida har qanday axborotni uzatish, saqlash, undan foydalanish bilan bog'liq. Ilmiy va o'quv adabiyotlarida so'nggi paytlarda axborot aktivlari tushunchasini tez-tez uchratish mumkin. Qayd etish joizki, axborot aktivlari sub'ektning (jismoniy shaxsning yoki korxonaning) qimmatli resursi hisoblanadi. Aktiv tushunchasining o'zi pul qiymatiga ega bo'lgan va mulk egasiga muayyan daromad keltiruvchi biron-bir mulk yoki ob'ektni bildiradi. Hozirgi paytda aynan axborot ko'pchilik xo'jalik sub'ektlari uchun u biznesda aniq foyda keltiruvchi asos hisoblanadi.

7.2. Axborot risklarini sug'urtalashning muhimligi va amalga oshirish bosqichlari

Tadbirkorlik faoliyatida axborot risklarini ikki katta guruhga ajratish mumkin:

1. Axborotning xodimlar yoki raqobatchilar tomonidan xufyona o'g'irlanishi.
2. Axborot uzatish kanallaridagi texnik nosozlik natijasida axborot yo'qotilishi.

Keng ko'lamda tahlil qilinganda esa axborot risklari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

- viruslar ta'siri;
- kompyuter hujumlari, ya'ni xakkerlar va shunga o'xshash tashqi muhitdan ma'lum bir manfaatni ko'zlagan holda xatti-harakatlarni amalga oshiruvchi g'arazli shaxslarning ta'siri;
- korxonada xodimlarining nojo'ya xatti-harakatlari oqibatida yetkazilayotgan zararlar;
- korxonada sirlari va maxfiy ma'lumotlarni o'g'irlash natijasida yetkazilayotgan ziyonlar;
- axborot texnik vositalari va tizimlarini o'rnatish, yaratish va ishlatishda yo'l qo'yilishi mumkin bo'lgan xatolar oqibatida yetkazilayotgan ziyonlar;
- turli xil axborot dasturlarining ishdan chiqishi oqibatida yetkazilayotgan zararlar va hokazo.

Mamlakatimizda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining keskin sur'atlar bilan rivojlanib borishi o'z navbatida axborot xavfsizligini ta'minlash masalasiga ustuvor ahamiyat berilishini talab etmoqda. Shu sababdan axborot xavfsizligini ta'minlash borasida sohada chora-tadbirlar ishlab chiqilib, ularning izchil amalga oshirilishi ta'minlanmoqda. Xususan, mamlakatda axborot xavfsizligini ta'minlash usullari bo'yicha 2 ta milliy standartlar ishlab chiqildi va joriy etildi. Ushbu standartlar turli mulkchilik shaklidagi tashkilotlarda axborot xavfsizligini boshqarish hamda nazorat qilish talablarini belgilaydi. Axborot risklarini sug'urta qilish bo'yicha quyidagi me'yoriy hujjatlar ishlab chiqilgan:

1. Axborot xavflarini sug'urta qilish qoidalari. Qoidalar sug'urta qilish tartibi va shartlarini belgilaydi.
2. Axborot tizimlari qiymatini hisoblash uslubiyoti. Unda axborot resurslarining yo'q bo'lib ketish holatida uni qayta tiklashga ketadigan qiymatning hisobi keltiriladi.
3. Zararni baholash va sug'urta qoplamasi summasini belgilash uslubiyoti. Unda xavflar, ya'ni risklarni aniqlash, zarar va tahdidni baholash, shuningdek, axborot xavflarini sug'urta qilishda mumkin bo'lgan zararni aniqlash hamda yetkazilgan zarar bo'yicha to'lanadigan sug'urta qoplamasi miqdorini aniqlash ko'zda tutiladi.
4. Axborot tizimlari xavfsizligi ekspertizasi (audit)ni o'tkazish bo'yicha yo'riqnoma. Ushbu yo'riqnoma tarmoqda axborot himoyasi bo'yicha mavjud kamchiliklarni aniqlash va axborotning yo'qolishi bilan bog'liq hodisani tekshirishga mo'ljallangan axborot tizimlari ekspertizasini o'tkazish tartibini belgilaydi.

Me'yoriy hujjatlarga muvofiq axborot risklarini sug'urta qilish borasida yaratilgan mexanizm quyidagi bosqichlarda amalga oshiriladi:

1-bosqich. Sug'urta kompaniyasi tomonidan korxonalar va tashkilotlarda axborot xavfsizligiga mas'ul xodimlar ishtirokida ariza-so'rovnoma to'ldiriladi. Bu ariza-so'rovnoma sug'urta shartnomasini tuzish uchun asos bo'lib xizmat qiladi, unda qayd etilgan ma'lumotlar xavfni baholashda muhim ahamiyat kasb etadi, chunki olingan ma'lumotlar asosida sug'urtalovchi xavflarni sug'urtaga qabul qilish yoki qilmaslik to'g'risida qaror qabul qiladi.

So'ngra tegishli ekspertlar tomonidan "Axborot tizimlari xavfsizligi ekspertizasi (audit)ni o'tkazish yo'riqnomasi" asosida sug'urtalanuvchining axborot tizimlari xavfsizligi darajasi bo'yicha ekspertiza o'tkaziladi va uning natijalari bo'yicha hisobot taqdim etiladi. Mazkur hisobot asosida sug'urtalovchi keyingi bosqich, ya'ni sug'urta shartlarini ishlab chiqish bosqichiga o'tiladi.

2-bosqich. Sug'urta shartlarini ishlab chiqish. Ushbu bosqichda birinchi navbatda sug'urtalanuvchi bilan kelishgan holda sug'urtalanishi lozim bo'lgan xavflar ro'yxati aniqlanadi. Bu ro'yxatga quyidagi elektron shakldagi axborotni yo'qotish, yo'q qilish yoki shikastlash, qimmatbaho qog'ozlar yoki pul mablag'larini yo'qotish bilan bog'liq xavflar kiritilishi mumkin:

- axborot tizimlarini loyihalashtirish, ishlab chiqish, yaratish, installatsiya qilish, konfiguratsiyalash, xizmat ko'rsatish yoki foydalanishda yo'l qo'yilgan xatoliklar oqibatida ularning buzilishi yoki ishdan chiqishi;

- sug'urtalanuvchiga zarar yetkazish yoki noqonuniy moliyaviy foyda olish maqsadida sug'urta kompaniyasi xodimlari tomonidan mustaqil ravishda yoki uchinchi shaxslar bilan til biriktirgan holda qasddan sodir etilgan g'ayriqonuniy xatti-harakatlar;

- uchinchi shaxslar tomonidan sug'urtalanuvchiga qarshi kompyuter hujumlari va ular tomonidan sug'urtalanuvchining elektron ma'lumotlarini ruxsatsiz o'zgartirish, nusxa olish, shikastlanish, yo'q qilish, uning axborot tizimlarini vaqtincha yoki butunlay ishdan chiqarishga qaratilgan qasddan sodir etilgan g'ayriqonuniy xatti-harakatlar;

- kompyuter viruslari – mustaqil ravishda yoki ular aktivatsiya qilinganda axborot tizimlari va tarmoqlarida o'z-o'zidan qayta yaratiladigan va tarqaladigan zararli kompyuter kodi yoki elektron yo'riqnomalar fragmentlari ta'siri;

- axborot tizimiga uchinchi shaxslar tomonidan, jumladan:

a) sugʻurtalanuvchining axborot tizimlariga tovlamachi elektron komandalarining kiritilishi;

b) sugʻurtalanuvchiga tegishli kompyuter kodining (dasturlarini) ruxsatsiz modifikatsiyalanishi;

c) goʻyoki sugʻurtalanuvchi nomidan ketayotgan soxtalashtirilgan elektron topshiriqni sugʻurtalanuvchi banki yoki depozitariysiga yuborish yoʻli bilan ruxsatsiz kirishi natijasida elektron koʻrinishdagi pul mablagʻlari va qimmatbaho qogʻozlarning oʻgʻirlanishi.

Navbatdagi harakat sugʻurta obʻektlari va ular boʻyicha sugʻurta summalarini aniqlash hisoblanadi. Axborot hujjatlashtirilgan, oʻz mablagʻlari hisobiga yaratilgan yoki qonuniy asosda sotib olingan boʻlsa, mulk sifatida oʻz egasiga tegishli hisoblanadi. Shu sababdan Oʻzbekiston Respublikasi qonunchiligida mulk sugʻurtasiga oid koʻzda tutilgan barcha qoidalar mazkur sugʻurta turiga ham qoʻllaniladi.

Sugʻurta obʻektlari sifatida quyidagilar koʻriladi:

- axborot resurslari – istalgan elektron koʻrinishdagi axborot (maʼlumotlar bazasi, elektron kutubxona, istalgan turdagi texnik tashuvchilarda elektron shakldagi arxivlar), ishlab chiqishda yoki foydalanishda boʻlgan dasturiy vositalar va komplekslar;

- moliyaviy aktivlar – elektron shakldagi hisoblarda yozuv koʻrinishidagi pul mablagʻlari (mijoz-bank tizimlari), elektron koʻrinishdagi qimmatbaho qogʻozlar.

Sugʻurta himoyasiga qoʻshimcha sifatida quyidagi sugʻurta hodisalari roʻy berishi bilan bogʻliq bilvosita zarar va koʻzda tutilmagan xarajatlarni sugʻurtalash mumkin:

- sugʻurta hodisasi roʻy berganda tijorat faoliyatini vaqtincha toʻxtatish bilan bogʻliq zararlar – bu turgʻunlik davrida olinmay qolgan daromad, biznesni qoʻllab-quvvatlash uchun qilingan joriy xarajatlar, yaʼni xodimlar ish haqini toʻlash, majburiy toʻlovlar va ishlab chiqarish obʻektiga bogʻliq boʻlmagan toʻlovlar;

- biznesni tezlik bilan tiklash boʻyicha qoʻshimcha xarajatlar:

a) uskunalarni vaqtincha ijaraga olish;

b) begona tashkilotlar protsessing xizmatlaridan foydalanish;

c) uskuna va dasturiy taʼminotni tezkor almashtirish boʻyicha harajatlar;

d) sugʻurta hodisasi holatlarini tekshirish xarajatlari;

e) sugʻurta qildiruvchi obroʻsini himoya qilish boʻyicha xarajatlar.

Sugʻurta obʻektlari boʻyicha sugʻurta summalari (javobgarlik miqdorlari) “Axborot tizimlari qiymatini hisoblash uslubiyoti”ga muvofiq axborot tizimlarining qiymatidan kelib chiqib aniqlanadi.

Soʻngra sugʻurtalovchi sugʻurta tariflarini ishlab chiqishga kirishadi. Sugʻurta tarifi sugʻurta shartnomasiga muvofiq sugʻurtalanuvchi tomonidan sugʻurtalovchiga toʻlanadigan sugʻurta mukofoti stavkasini ifodalaydi. Sugʻurta tarifi har bir xavf boʻyicha alohida belgilanadi. Uning miqdori sugʻurtalanuvchining axborot tizimining xavfsizligi darajasiga va axborot tizimining axborot xavfsizligi boʻyicha oʻtkazilgan ekspertiza tahlillariga asosan aniqlanadigan xavf darajalariga bevosita bogʻlanadi.

3-bosqich. Sugʻurta shartnomasini tuzish. Sugʻurta shartlari kelishilgach, sugʻurtalanuvchi va sugʻurtalovchi oʻrtasida sugʻurta shartnomasi tuziladi. Sugʻurta shartnomasi shartlari “Axborot xavflarini sugʻurta qilish qoidalari” bilan belgilanadi. Sugʻurta shartnomasi boʻyicha sugʻurta mukofoti toʻlangandan soʻng sugʻurtalovchi sugʻurtalanuvchiga sugʻurta javobgarligining kuchga kirganligini tasdiqlovchi sugʻurta polisini taqdim etadi.

4-bosqich. Sugʻurta hodisalarini koʻrib chiqish va sugʻurta qoplamasini toʻlash. Sugʻurta hodisasi sodir boʻlgan vaqtda ekspert tashkilot jalb etiladi. Ular oʻz navbatida “Zararni baholash va sugʻurta qoplamasi summasini belgilash uslubiyoti” asosida axborot tahdidlarining oqibatlarini oʻrganib chiqadi hamda yetkazilgan zararni aniqlaydi. Aniqlangan zarar sugʻurta shartnomasida belgilangan sugʻurta summasi doirasida sugʻurta kompaniyasi tomonidan qoplab beriladi.

8-MAVZU. SUG‘URTA KOMPANIYALARI FAOLIYATIDA ZAMONAVIY AXBOROT TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH BO‘YICHA XORIJ TAJRIBASI

8.1. Xorij amaliyotida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo‘llashning o‘ziga xos xususiyatlari

Hozirgi jahon moliyaviy-iqtisodiy rivojlanishi sharoitida sug‘urta faoliyatining iqtisodiyotdagi o‘rni yanada muhim ahamiyatga ega bo‘lib bormoqda. Buni ro‘yobga chiqarishning asosiy vositasi faoliyatga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etishdan iborat bo‘ladi. Aynan ishonchli va dolzarb axborotlarga ega bo‘lish, uni to‘plash, qayta shakllantirish va ulardan samarali foydalanish har qanday korxonalar, tashkilot, muassasalarning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishining asosi bo‘lib xizmat qiladi. Demak, sug‘urta bozorining istiqboldagi rivojlanishi va ijobiy dinamikasi ko‘p jihatdan sug‘urta biznesini yuritishda AKTdan foydalanishni takomillashtirilishga bog‘liq bo‘ladi.

Masalaning bunday qo‘yilishi, ya‘ni sug‘urta biznesini boshqarishda AKTdan foydalanishni takomillashtirish zarurligi, iqtisodiyotning asosiy uslubiyot tamoyillari va amaliy yo‘nalishlari axborot tizimlariga bog‘liqligini ko‘zda tutadi. Shuning uchun, sug‘urta biznesida axborot mahsulotlari tushunchasi va xususiyatlari mazkur sohani axborotlashtirishda muhim omil hisoblanadi.

Sug‘urta kompaniyasi faoliyatida asosiy jarayon va funksiyalarni avtomatlashtirish nafaqat xodimning mehnat unumdorligini oshirishi, balki malakali mutaxassislarning asosiy vazifalari bilan ko‘proq shug‘ullanishiga, biznesning keyingi rivojlanishi yo‘lida marketing vositalarini har tomonlama joriy qilib borishiga ham zaruriy shart-sharoitlarni yaratadi. Sug‘urtalovchi va sug‘urta qildiruvchi o‘rtasidagi sug‘urta shartnomasini tuzish yo‘li bilan rasmiylashtirilib, shartnomalar tuzishning asosiy sharti, tomonlarning risklarni sug‘urtalash bo‘yicha moliyaviy shartlar haqidagi kelishuvga erishishi hisoblanadi. Sug‘urtaning moliyaviy parametrlariga sug‘urta mukofotlari, sug‘urta tarifi, sug‘urta summasi, franshiza va shu kabi tushunchalarni kiritish mumkin. Bu tushunchalar ayni paytda, sug‘urta faoliyati axborot tizimini uslubiy jihatdan ishlab chiqishda asos bo‘ladi.

Umumiy holda, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini samarali joriy etish jahon amaliyotidan kelib chiqib, hozirgi kunda sug‘urta

biznesini zamonaviy usulda axborotlashtirishni quyidagi ko‘rinishda shakllantirishi mumkin:

- asosiy biznes jarayonlarini avtomatlashtirish uchun axborot tizimi majmuasini (ERP - tizimlar) joriy qilish;
- mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarni boshqarish tizimlarini joriy qilish (SRM - tizimlar va Business Intelligence);
- internet-sug‘urta.

Sug‘urta qiluvchilar o‘rtasida polislarni ro‘yxatga olish, sug‘urtalash va qayta sug‘urtalash shartnomalarini yuritish, brokerlik va agentlik shartnomalarini yuritish, buxgalterlik va xodimlar ro‘yxati funksiyalari kabi sug‘urta faoliyatining to‘liq to‘plamini o‘z ichiga oluvchi ERP - tizimlar zamon talablaridan kelib chiqqan holda qo‘llanilmoqda. ERP - tizimlari har qanday sug‘urta kompaniyasining sug‘urta shartnomalari, risklar, mukofotlar, to‘lovlar hamda kelgusida kompaniyaning statistik va iqtisodiy hisob-kitoblari uchun zarur bo‘lgan boshqa axborotlar haqidagi boshlang‘ich ma‘lumotlarni to‘plab borish maqsadida keng joriy qilinadi.

Bu tizim ma‘lumotnoma, klassifikatorlarni tuzish, sug‘urta shartnomasi va polislarni yuritish, qayta sug‘urtalash shartnomalarini yuritish, shartnomalarning asosiy ko‘rsatkichlarini kiritish yoki hisob-kitob qilish, barcha shartnomalar bo‘yicha hisob-kitoblarni avtomatlashtirish funksiyalarini tarkib toptirish va buxgalterlik, sug‘urta hamda qayta sug‘urtalash bloklari o‘rtasida ikki tomonlama axborot ayirboshlash tizimlari mavjudligini e‘tiborga oladi.

Mijozlarga xizmatlarni AKT orqali sotishga imkon beruvchi telemarketing (telefon orqali savdo) ham ERP-tizimlariga taalluqli bo‘lib, call-center zamonaviy texnologiyalari sug‘urta qiluvchilarga barcha mijozlar bilan xabarlashib chiqish jarayonidagi inson resurslarining yetishmasligi muammolaridan xalos qiladi, chunki bu texnologiyada barcha ishlar avtomat tarzda amalga oshiriladi. Sug‘urta kompaniyalari sug‘urta mahsulotlarini sotib olish vaqtini qisqartirish uchun sug‘urta mukofotlarini hisob-kitob qilish va polislardan ko‘chirma qilish jarayonlarini avtomatlashtiruvchi modullashgan hisob-kitob dasturlaridan foydalanishlari maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Sug‘urta xizmatlari iste‘molchilariga xizmat ko‘rsatish sohasida aynan zamonaviy AKTlarning joriy qilinishi raqobatchilar bilan kurashda qo‘shimcha ustunliklarni beradi. SRM-strategiyalari mijozlarga xizmat ko‘rsatish, savdo va marketing sohasidagi biznes jarayonlarni avtomatlashtirish hamda takomillashtirishga imkon beruvchi maxsus texnologiyalar va dasturiy ta‘minot to‘plami yordamida amalga oshiriladi.

Bu esa kompaniyalarga, xizmatlar buyurtmachilariga eng maqbul vaqt mobaynida, eng qulay aloqa tarmoqlari orqali daromad keltiruvchi takliflar kiritish imkoniyatini yaratadi.

CRM-tizimlarining asosiy ustuvorliklaridan biri, ma'lum bir sug'urta kompaniyasi va uning xizmatlarini sifatli yo'lga qo'yish rejalarini ishlab chiqishda samarali yondashuvlarni shakllantirish va mijozlarni jalb qilishdan iboratdir. Rossiya statistikasiga ko'ra, jalb qilingan va ushlab qolingan mijozlar sonini besh foizga o'sishi istiqbolda foydani 84 foizga o'sishiga olib kelgan.

Xalqaro sug'urta bozorida ko'plab sug'urta axborot tizimlari mahsulotlari taklif qilinib, ularni qisqacha tahlil qilib chiqamiz.

Rossiyaning sug'urta sohasi uchun axborot tizimlarini yetkazib beruvchi yetakchi TopFinSystems (TFS) kompaniyasining mahsulotlari tarkiblashtirilgan majmuaviy mahsulotlarni taqdim etadi:

– xodimlari soni 100-140 mutaxassisdan iborat kichik va dinamik rivojlanib borayotgan kompaniyalar sotib olishi va joriy qilishlari maqsadga muvofiq hisoblanuvchi tizimlar:

– sotish bilan shug'ullanuvchi bo'linmalarining samarali ishlashi, shuningdek, sug'urta faoliyatining asosiy biznes jarayonlarini amalga oshirish bilan shug'ullanuvchi bo'linmalar uchun zarur bo'lgan to'liq funktsionalli "Galaktika-straxovanie" ro'yxatga olish tizimi;

– buxgalteriya va moliyaviy ro'yxatga olish masalalarini yechish, shuningdek, xodimlarni boshqarish uchun "Galaktika-Progress" tarkibidagi maxsus "Galatika ERR" tizimi.

Xodimlari soni 200-300 mutaxassislardan iborat bo'lgan yetarli darajada mijozlarga ega o'rta hajmdagi kompaniyalar sotib olishlari va joriy qilishlari maqsadga muvofiq hisoblanuvchi tizimlar:

– kompaniya tarkibidagi barcha bo'linmalar samarali ishlashini ta'minlash uchun to'liq modullar to'plamiga ega to'liq funktsionalli "Galaktika-straxovanie" ro'yxatga olish tizimi;

– to'liq modullar to'plami va kompaniyaning bek-ofis bo'linmalarini samarali ishlashini ta'minlovchi litsenziyalarga ega "Galatika ERR" tizimi;

– "Galaktika-straxovanie" tizimiga birlashtiriladigan mijozlar bilan samarali o'zaro hamkorlikni ta'minlash uchun CRM – tizimi³¹.

Turli iqtisodiy tarmoqlar uchun 20 dan ortiq turdagi SRM-tizimlarni taklif qiluvchi Rossiyaning Siebel Systems kompaniyasining SRM

³¹ raexpert.ru ma'lumotlari

tizimlari jahon bozorida yetakchi o'rinlarni egallagan bo'lib, sug'urta sohasi uchun ishlab chiqilgan "Siebel e-Insurance" axborot tizimi o'zida sug'urta kompaniyasining asosiy funksional bo'linmalari ishini bosqichma-bosqich avtomatlashtirishga imkon beruvchi modullashgan tizimni ifoda qiladi. Sug'urta mahsulotlari sotuvini boshqarish, (Siebel e-Insurance Sales), andarrayting va sug'urta shartnomalarini boshqarish (Personal Lines Policies; Life and Annuities Policies), shartnomalarga xizmat ko'rsatish va sug'urta qoplamalarini (zararlarni) tartibga solish (Siebel Service), tibbiy sug'urta (Siebel e-Healthcare) va boshqalar "Siebel e-Insurance"ning asosiy modullari hisoblanadi. Bunday tizimlar kompaniyaga bo'limlar darajasida avtomatlashtirilgan axborot tizimlarini bosqichma-bosqich joriy qilib borish imkonini yaratadi³².

Sug'urta kompaniyalari va banklar uchun dasturiy ta'minot yetkazib beruvchi Avstriyaning mashhur FirstInEx Internet Services AG kompaniyasining Connect Insurance axborot tizimi mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish maqsadida ishlab chiqilgan. Bu tizim sug'urta kompaniyasiga "timeto market" – yangi sug'urta mahsuloti to'g'risidagi g'oyani paydo bo'lishidan boshlab, to uni bozorga olib chiqishgacha bo'lgan tamoyilli jarayonlar bo'yicha va kompaniyadagi mavjud AT tuzilishini o'zgartirmasdan turib mahsulotlar sotish tizimini modernizatsiya qilish imkonini beradi.

AQSHda barcha moliyaviy internet-xizmatlarda bo'lgani kabi internet-sug'urta bozori ham birinchi bo'lib yo'lga qo'yildi. Hozirgi kunda internetda o'z vakolatxonalarini ochgan ko'plab amerika sug'urta kompaniyalari sug'urta polislarini sotib olish va xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan barcha xizmatlarni ko'rsatadi. Mijoz internetda on-layn maslahat, yoritib berilgan xizmatlar turidan kelib chiqqan holda sug'urta mahsulotlarini tanlashi mumkin. Shundan so'ng sug'urta mukofotlarini hisoblash va sug'urta shartnomasini tuzish uchun veb-shakllarni to'ldirish zarur bo'ladi.

Amerika sug'urta bozorida sug'urta portallari o'ziga xos ahamiyatga ega bo'lib, odatda tarmoq ma'lumot resurslari yirik sug'urta kompaniyalari axborotlarini taqdim etadi. Tashrif buyuruvchilar internet-portal saytlaridan sug'urta kompaniyasining individual sayti kabi bevosita internet orqali sug'urta polislarini sotib olishlari mumkin. AQSHda yuzlab sug'urta portallari mavjud bo'lib, har birida 20-40 sug'urta kompaniyalari ishtirok etadi. Har oyda sug'urta portallariga 150-200 milliondan ortiq

³² raexpert.ru ma'lumotlari

tashriflar bo'lib, ma'lumotlar bazasida 700 mln.dan ortiq foydalanuvchilar bor. Shu bilan birga individual tarzda internet-sug'urta xizmatlarini ko'rsatuvchi sug'urta kompaniyalari ham samarali faoliyat olib boradi.

Sug'urta kompaniyalari BI mahsulotidan foydalanishlari bilan sug'urta biznesini yuritishda manfaatli mijozlarni saralab olish, o'zaro samarali hamkorlikning barcha bo'g'inlarida qanday mijozlarning ustuvorligi, mijozlarni segmentlashtirish, yo'qotishlarni tahlil qilish, mos kelishlikni tahlil qilish, maqsadli marketingdan foydalanish, kompaniya faoliyatini tahlil qilish kabi bir qator imkoniyatlarga ega bo'ladi.

Bulardan tashqari, respublikada sug'urta bozori rivojlanishi xususiyatlaridan kelib chiqib ulardan quyidagi tahliliy ishlarni olib borishda foydalanish maqsadga muvofiq:

- fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urtalash holatini tahlil qilish;
- majburiy va ixtiyoriy sug'urtalash munosabatlari monitoringini olib borish.

O'zbekiston sug'urta axborot tizimlari bozorida mahalliy ishlab chiqaruvchilardan bank tizimiga integrallashgan axborot tizimlarini muvaffaqiyatli joriy qilgan "Fido-Biznes" MCHJ va Rossiyaning "1C" kompaniyasi mahsulotlari muvaffaqiyatlarga erishib bormoqda. Sug'urta kompaniyalarining internet-sug'urta xizmatini yo'lga qo'yishlari dastlabki bosqichda bo'lib, internet-portaldan faqat axborot-reklama sifatida foydalanilmoqda.

Respublikada sug'urta sohasida barcha faoliyatni qamrab oluvchi AKT ishlanmalari kam va ular asosan kichik kompaniyalarda joriy qilingan bo'lib, respublikadagi mavjud mahalliy firmalar tomonidan ishlab chiqilgan sug'urta AKT tizimlari yirik kompaniyalarning talablarini qondira olmaydi. Shu bilan birga, sug'urta kompaniyalari faoliyatiga joriy qilingan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sug'urta faoliyatini to'la qamrab olish darajasida emas, balki faoliyatning ma'lum bir funksiyalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan. Masalan, "Kapital Sug'urta" AJ faoliyatiga qo'llanilayotgan sug'urta ma'lumotlari majmuasini axborotlashtirish amaliyoti bilan tanishish shuni ko'rsatdiki, bu kompaniyada hozirgi kunda, sug'urta sub'ektlarining o'zaro majburiyatlari, ya'ni sug'urtalanuvchining ushbu majburiyatlar bilan bog'liq ma'lumotlarigina axborot tizimi asosini tashkil etadi. Buning barchasi, axborot tizimlari va texnologiyalari sug'urta sohasiga to'laqonli tatbiq etilmaganligidan darak beradi. Ayni paytda, sug'urta qiluvchining

faoliyatini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida takomillashtirish masalasi qo'yilmagan.

Shu bilan birga, sug'urta sohasidagi mavjud AKT bozorida mahalliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan tayyorlangan mukammal mahsulotlar hozirga qadar taklif etilmagan. Shuning uchun sug'urta kompaniyalari juda katta risklar bilan bog'liq bo'lgan imkoniyati chegaralangan xususiy yechimlarni ishlab chiqqan holda axborot tizimlarini mustaqil rivojlantirishda davom etmoqdalar. Shularni e'tiborga olgan holda yaqin kelajakda xorijiy mahsulotlarga bo'lgan talab oshib ketishini bashorat qilish mumkin.

8.2. Jahon sug'urta tizimida internet sug'urtaning tashkil etilishi va samaradorligi

Elektron sug'urta hisobvarag'i - bu sug'urta polisini bir joyda va xavfsiz saqlashning samarali va ishonchli usulidir. U turli afzalliklarga ega bo'lib, ma'lumotlar elektron sug'urta hisobvarag'ida elektron shaklda saqlanganligi sababli yo'qolish, buzilish yoki o'g'irlanishdan himoyalangan bo'ladi. Elektron sug'urta hisobvarag'iga istalgan vaqtda va istalgan joyda kirish mumkin, oddiy qilib aytganda, sug'urta polisi to'g'risidagi ma'lumotlarni istalgan vaqtda tekshirish imkoniyati mavjud. Elektron sug'urta hisobvarag'i juda qulay va moslashuvchan bo'lib, har qanday sug'urta polisini xavfsiz saqlash imkonini beradi. Onlayn sug'urta mukofoti to'lovlarini elektron sug'urta hisobvaraqa orqali ham osonlikcha amalga oshirish mumkin. Agar mijozlar haqidagi ma'lumotlar yoki manzil o'zgarigan bo'lsa, elektron sug'urta hisob qaydnomani yangilash mumkin va bu o'zgarish avtomatik ravishda sug'urta polisida ham qayd etiladi.

Hayotni sug'urtalash polisisiz hayot qimor o'yinidan kam emasligi haqiqatni inkor etmaydi. Bu sug'urtalanuvchining moliyaviy xavfsizligi uchun emas, balki unga bog'liq bo'lgan hayot uchun ham xavfli harakatdir. Qimmatbaho yillarni ko'p sarf qilmasdan, daromad olishni boshlash bilanoq hayotni sug'urtalash polisini sotib olishni o'ylash lozim. Bugungi kunda elektron sug'urta polisi tezkor texnologik rivojlanish davrida asosiy ehtiyojga aylanib bormoqda, u nafaqat vaqt va masofani tejash jihatidan, balki iqtisodiy jihatdan ham foydali va samarali hisoblanadi. Sug'urtalovchining ofisiga tashrif buyurishdan yoki shartnoma shakllarini qo'lda to'ldirgandan ko'ra, sichqonchani bosish orqali o'z ishlarini bajarishni istaydigan texnologiyani yaxshi biladigan avlod uchun bu muammosiz amalga oshadi.

Quyida elektron sug'urtalashning ustunliklari va kamchiliklari xususida to'xtalib o'tamiz. Elektron sug'urtaning kamchiliklarini yoritishdan oldin, dastlab elektron sug'urtaning afzalliklariga to'xtalamiz. Elektron sug'urtaning eng katta afzalliklaridan biri shundaki, bitta platforma ostida sug'urta polislarining, ya'ni sug'urta xizmatlarining bir necha turlarini tanlash mumkin. Mijozlar turli xil sug'urta kompaniyalari tomonidan taqdim etiladigan xizmatlarning narxlarini taqqoslashi, o'zi uchun maqbulini tanlashi va shu bilan birga, o'zini qiziqtirgan barcha ma'lumotlarni olishi mumkin. Bu mijozlarda to'g'ri qaror qabul qilish, ya'ni nafaqat bir nechta sug'urta polisini qo'lga kiritish va xizmatlar stavkalarining farqini anglash, balki ushbu tizimning ijobiy va salbiy tomonlarini baholay olish va o'zi uchun faqat eng yaxshisini tanlay olish imkoniyatini yaratadi.

Elektron sug'urtani tanlashning afzalliklari bilan bir qatorda uning sust tomonlarini ham bayon qilish lozim. Onlayn sug'urta polisini mijozlarning talab va istaklariga mos ravishda sozlash mumkin emas. Bu, ehtimol elektron sug'urta dasturlarining eng katta kamchiligidir. Mijozlarda dasturni sozlash imkoniyati mavjud emas, bu vaqt talabidir. Elektron sug'urta rejalari bilan bog'liq bo'lgan yana bir kamchilik shundaki, u mijozlarga sug'urta mukofotlari bo'yicha kelishuvni amalga oshirishga yo'l qo'ymaydi. Jarayonga jalb qilingan agent yo'qligi sababli, mukofotlar narxini muhokama qilishning iloji yo'q. Shuningdek, bugungi kunda bir nechta sug'urta polisleri sog'liqni saqlashni qoplash, baxtsiz hodisalar bo'yicha, nogironlik bo'yicha nafaqalar va boshqalar kabi qo'shimcha imtiyozlarni taqdim etadi. Elektron sug'urta polisi ushbu imtiyozlarni bermaydi. Ushbu takliflar oldindan belgilangan bo'ladi va o'zgartirishlar kiritishning imkoni bo'lmaydi.

Elektron sug'urta polisiga ega bo'lish iqtisodiy jihatdan samarali usul bo'lib, jismoniy shaxslarni ortiqcha hujjatlardan xalos qiladi. Shuningdek, u polisni o'g'irlash yoki yo'qotishdan himoya qiluvchi vosita sifatida ishlaydi. Elektron sug'urta hisobvarag'i barcha elektron sug'urta polisini raqamli shaklda saqlash mumkin bo'lgan hisobni anglatadi. Elektron sug'urta "Demat" hisobvarag'idagi aktsiyalarga o'xshash tarzda aniqlanishi mumkin. Elektron sug'urta hisobvarag'ining sug'urta qildiruvchilari bir necha marta bosish orqali o'zlarining hayot sug'urtasi portfelidan foydalanishlari mumkin. "Demat" xizmatlari uchun depozitlarga ega bo'lish kabi, jismoniy shaxslarning sug'urta polislarini saqlash uchun sug'urta ma'lumotlar bazasini ochadigan xizmat ko'rsatuvchi provayderlar ham mavjud. Turli xil sug'urtalovchilarning sug'urta polisleri ham bitta

hisobda saqlanishi mumkin. Jismoniy shaxslar elektron sug'urta hisobvarag'ini ochish uchun har ikkalasini ham, sug'urta kompaniyasini yoki ma'lumotlar bazasini o'zi tanlashi mumkin. Elektron sug'urta hisob raqamini ochish uchun 5 ta vakolatli ma'lumotlar bazasi mavjud bo'lib, ular:

- NSDL ma'lumotlar bazasini boshqarish cheklangan;
- Markaziy sug'urta bazasi cheklangan;
- CAMS Repository Services Limited kompaniyasi;
- Karvy Insurance Repository Limited kompaniyasi;
- SHCIL Projects Limited kompaniyasi.

Shu o'rinda aytib o'tish joizki, jismoniy shaxs faqat bitta elektron sug'urta hisobvarag'iga ega bo'lishi mumkin. Elektron sug'urta hisobvarag'i egasi bitta elektron sug'urta hisob raqamini ochish orqali ko'plab imtiyozlardan foydalanadi. Yig'ma qog'ozlardan o'tish qiyin bo'lgan vazifani endi raqamli shaklda osonlikcha yo'q qilish mumkin. Quyida elektron sug'urta hisobvarag'ining foydali jihatlari keltiriladi:

birinchidan, elektron sug'urta hisob raqamini ochish mutlaqo bepul;

ikkinchidan, raqamli shakldagi sug'urta polisi uni yo'qotish va o'g'irlanishdan saqlaydi va shu bilan birga, o'zining sug'urta polisiga istalgan vaqtda, istalgan joyda bir necha marta bosish orqali kirish imkonini beradi;

uchinchidan, barcha sug'urta polislari bitta hisob qaydnomasida kuzatilishi mumkin;

to'rtinchidan, sug'urta mukofotini to'lash uchun navbatda turish, naqd pul orqali to'lash, vaqtni sarflash o'rniga internet orqali to'lanishi mumkin.

Elektron sug'urta abonentini har safar yangi sug'urta polisini sotib olganida KYC hujjatini taqdim etishi shart emas. Ushbu jarayonni amalga oshirish uchun onlayn sug'urta hisob raqamini kiritish kerak. Jismoniy shaxslar o'zlari tanlagan har qanday sug'urta bazasiga ariza formasini yuklashi, to'ldirishi va shaxsini va manzilini tasdiqlovchi hujjat va bekor qilingan chek sifatida o'zlari tasdiqlagan zarur hujjatlar bilan birga yuborishlari kerak. Elektron sug'urta hisob raqamini ochishning eng yaxshi tomoni shundaki, raqamli shakl hujjatlarning ortiqcha ishlatilishini cheklaydi va jarayonni muammosiz amalga oshiradi. Mijozlar o'zlarining barcha elektron sug'urta polislari, shu jumladan sog'liq, hayot va boshqa sug'urta polisini bitta hisobda saqlashlari mumkin.

Elektron sug'urta hisob raqamini ochish, har qanday hukumat tomonidan vakolat berilgan "Karvy Insurance Repository Limited",

“Central Insurance Repository Limited”, “NSDL Database Management Limited”, “SHCIL Projects Limited” va “CAMS Repository Services Limited” kabi bazalarda ochilishidan qat'iy nazar, bepul. Shuningdek, mavjud sug'urta polisini elektron shaklga o'tkazish va ularni elektron sug'urta hisobvarag'ida saqlash uchun to'lov olinmaydi. Sug'urta kompaniyalari to'g'ridan-to'g'ri sug'urta bazasiga to'lovlarni amalga oshiradilar. Shuning uchun, bu elektron sug'urta hisob raqamini ochishning iqtisodiy jihatdan samarali usuli hisoblanadi.

9-MAVZU. O‘ZBEKISTONDA SUG‘URTA BIZNESINI AVTOMATLASHTIRISHNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

9.1 Raqamli iqtisodiyot sharoitida sug‘urtaning rivojlanishi va evolyusiyasi

Avtomatlashtirilgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yetarlicha barqaror bo‘lgan ish yuritishlar mavjud bo‘lgandagina samarali va rentabelli bo‘ladi, chunki avtomatlashtirish faqat barqaror, ma‘lum qoidalarga bo‘ysunuvchi jarayonlargagina xosdir, shuning uchun qo‘llanilayotgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining o‘zgaruvchan sharoitlarda moslanuvchanlik xususiyati muhim ahamiyatga ega bo‘ladi. Agarda har bir ish holati o‘z xususiyatlariga ega bo‘lib, qonuniylikka to‘la amal qilinmasa yoki buzilsa, u holda axborot tizimlari va texnologiyalarini joriy qilish vaqt va mablag‘ xarajatlaridan boshqa hech qanday natijaga olib kelmaydi. Demak, sug‘urta bilan bog‘liq barcha boshlang‘ich va hisobot hujjatlari ulardan yetarlicha uzoq muddat davomida foydalanishni e‘tiborga olgan holda ishlab chiqilgan va tasdiqlangan bo‘lishi lozim. Sug‘urtalashga ariza (anketa), polis, sug‘urta shartnomasi, sug‘urta hodisasi haqidagi dalolatnomalar, foydani hisoblash turlari va buxgalterlik balanslari zararlarigacha bo‘lgan hujjatlarni misol sifatida keltirish mumkin.

Shuningdek, barcha ishchi jarayonlar har tomonlama puxta ko‘rib chiqilgan, nizom, ko‘rsatma-yo‘riqnomalar va qoidalar hujjatli ko‘rinishda rasmiylashtirilgan bo‘lishi zarur. Xususan kim, qachon va qanday sharoitlarda kompaniya nomidan polislarga yuridik maqom beradi, brokerlar bilan hisob-kitoblar qanday amalga oshiriladi, to‘lovlar kim tomondan va qachon amalga oshiriladi, zararlarni kim va qanday baholaydi kabi axborot jarayonlarini tashkil etish zarur. Barcha hujjatlarning harakati shartlari va yo‘llari, agarda bu hujjatlar moliyaviy xususiyatga ega bo‘lsa, u holda pul harakati ham ko‘rsatmalarda (ma‘lum bir sxemada ifodalangan va yoritib berilgan bo‘lsa yanada maqsadga muvofiq) yoritib berilishi zarur. Axborot oqimlari har bir hujjatning mavjudlik siklini to‘liq kuzatish va kompaniyadagi axborot aylanishlarini tahlil qilib borishga, kelgusida uni tezlashtirish, soddalashtirish, zarurati bo‘lganda esa, to‘ldirish yoki yangi avtomatlashtirilgan texnologik yechimlar asosida rivojlantirishga imkon beradi. Aks holda, sug‘urta

faoliyatida amaliy jihatdan samarali axborot tizimlari va texnologiyalarini ishlab chiqish mda joriy qilishning imkoni bo‘lmay qoladi.

Sug‘urta faoliyatida shartnoma munosabatlarini takomillashtirish, sug‘urta xizmatlari iste‘molchilari ishonchining o‘sishi sug‘urta shartnomalarini shakllantirishga yangicha yondashuvlarni talab qiladi, bunda sug‘urta operatsiyalarini amalga oshirish jarayonida sug‘urta xizmatlari iste‘molchisining ishonchini oshirish vazifasi shartnoma shartlarini uning amal qilish muddatida tanlash va o‘zgartirish imkonini taqdim etishni taqozo etadi. Shuningdek, sug‘urta operatsiyalarini amalga oshirish jarayonida sug‘urta iste‘molchilari manfaatdorligini oshirish va yangilarini jalb qilish yo‘nalishlari, asoslangan darajadagi shartnoma shartlarini taqdim etish yanada muhim ahamiyat kasb etadi.

Sug‘urta shartnomasini tuzish va amalga oshirishda barcha tegishli hujjatlarni elektron hujjat aylanish tizimiga kiritish va uzatish imkoniyatlari shakllantirilishi kerak. Quyida sug‘urta shartnomalarini ro‘yxatga olish va ularga xizmat ko‘rsatish, ular bo‘yicha zararlarni tartibga solish jarayonlarini ko‘rib chiqiladi.

Mijoz (jismoniy yoki yuridik shaxs) va sug‘urta kompaniyasi xodimi bu jarayonlar sub‘ektlari sifatida ishtirok etadi. Sug‘urta shartnomalarini ro‘yxatga olish va ularga xizmat ko‘rsatish, ular bo‘yicha zararlarni tartibga solish jarayoni ob‘ekt sifatida qaraladi. Sug‘urta shartnomalarini ro‘yxatga olish quyidagi jarayonlardan tashkil topadi:

- kiruvchi hujjatlarni qabul qilish;
- sug‘urtalanuvchi va sug‘urta shartnomasidagi mavjud shartlarni ro‘yxatga olish;
- sug‘urtalanuvchining qarzlarini hisoblash (sug‘urta to‘lovlarini grafik asosida to‘lashda);
- to‘lovlarni ro‘yxatdan o‘tkazish;
- sug‘urta qoldiq summasini hisoblash;
- chiquvchi hujjatlarni shakllantirish;
- chiquvchi hujjatlarni chiqarish.

Sug‘urta shartnomasiga xizmat ko‘rsatish quyidagi jarayonlarni amalga oshiradi:

- kiruvchi hujjatlarni qabul qilish;
- muddati tugagan shartnomalar bo‘yicha ma‘lumotlarga ishlov berish;
- muddati uzaytiriladigan shartnomalar bo‘yicha ma‘lumotlarga ishlov berish;

- chiquvchi hujjatlarni shakllantirish (shartnoma muddatini uzaytirish yoki navbatdagi badalni to‘lash xati)
- shartnoma muddatini uzaytirish natijasida va mijozning ijobiy sug‘urta tarixini hisobga olgan holda chegirmalarni hisoblash;
- chiquvchi hujjatlarni berish.

Sug‘urta shartnomalari bo‘yicha zararlarni tartibga solish quyidagi jarayonlarni o‘z ichiga oladi:

- kiruvchi hujjatlarni qabul qilish;
- sug‘urtalanuvchini (sug‘urtalanuvchi shaxs) ro‘yxatga olish;
- sug‘urta hodisasini ro‘yxatga olish;
- sug‘urta shartnomasi bo‘yicha sug‘urta hodisasi tarixini yuritish;
- sug‘urta hodisasini baholash;
- sug‘urta qoplamalari (to‘lovlari) kalkulyasiyasi;
- sug‘urta dalolatnomalarini tuzish va uni ro‘yxatdan o‘tkazish;
- sug‘urta to‘lovlarni ro‘yxatdan o‘tkazish;
- turli guruh alomatlarini hisobga olgan holda butun kompaniya bo‘yicha sug‘urta to‘lovlari (qoplamalarini) qaydnoma varaqalarini tuzish;
- chiqish hujjatlarini shakllantirish;
- chiquvchi hujjatlarni berish.

Faoliyatning asosiy tashkiliy jarayonlari aniqlangandan so‘ng sug‘urta kompaniyasining hujjat aylanishlarini andozalashtirish lozim bo‘ladi. Kompyuterlarga asoslangan axborot tizimi kompaniya faoliyatining jarayonlari aniqlangan va hujjat aylanishlar tizimi andozalashtirilgan holatdagina samarali bo‘ladi.

Sug‘urta kompaniyasining kompyuterlarga asoslangan zamonaviy tizimi – bu kompaniyaning barcha asosiy bo‘linmalari, xizmatlari, hududiy bo‘linmalarini qamrab oluvchi axborotlarni kiritish, ishlov berish va saqlash tizimidir hamda tezkorlik, funksional to‘liqlik, tushunarlik, kirishimlilik va ishonchlilik talablariga javob beradi. Tezkorlik talabi bo‘yicha vaqt o‘tib borishi bilan axborotlarning qiymatlilik darajasini tushib borishi sababli birlamchi hujjatlarni kiritish va ishlov berishga imkon qadar qisqa vaqt sarflanishi kerak.

Axborot tizimiga kiritilayotgan ma‘lumotlarning to‘g‘riligini tekshirish funksiyalari kiritilishi axborotlarning aniqlik darajasi yuqori bo‘lishiga olib keladi. Axborotlarning eng katta hajmini hisobga olish, birlamchi hujjatdagi mavjud bo‘lgan ma‘lumotlarning me‘yoriy aktlar va ko‘rsatmalar, ichki andoza va kelishuvlarga mos kelishi funksional to‘liqlikni ta‘minlab beradi.

Kompaniya bo'limlarida foydalaniladigan birlamchi ma'lumotlardan kiritilayotgan ma'lumotlar ziddiyatsiz va kelishilgan bo'lishi kerak, kelishilmaganlik holatida nazorat mexanizmlari va ma'lumotlarni tahrirlash jarayonlari ko'zda tutiladi.

Ro'yxatga olish axborotlarini tekshirish bo'yicha, shuningdek, kompaniya bo'limlari joriy faoliyati uchun talab qilinmaydigan hujjatlar bo'yicha axborotlarni olishda zaruriy ishlar hajmini olib borish maqsadida ma'lumotlarga kirishlik tamoyiliga rioya qilinishi kerak. Ma'lumotlarning eng kichik darajada yo'qotilishi yoki kelgusida tizimning ob'ektiv hamda sub'ektiv omillar tufayli uzilib qolishi holatlarida bu ma'lumotlarni to'liq tiklash imkoniyatini ta'minlash axborotlarning ishonchlilik darajasini oshiradi. Kompyuter axborot tizimi kompaniyaning asosiy – shartnoma tuzish, shartnomalarga xizmat ko'rsatish, to'lovlar, tahlil, ekspert kabi ichki bo'linmalarga mos holda quyi tizimlardan tashkil topishi kerak. Bu quyi tizimlar asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun kompaniya rahbariyatiga aniq va tezkor axborotlarni yetkazib berishga yo'naltirilgan bo'ladi.

Ekspert quyi tizimi kompaniyaning quyidagi asosiy masalalarini yechish xususiyatiga ega ekspert tizimini ifoda qiladi:

- sug'urtalashning ma'lum shartlari bo'yicha mijoz uchun sug'urta mahsulotini tanlashda qaror qabul qilishning tezkorligi;

- kompaniya bosh ofisidan uzoqda joylashgan kompaniya tuzilmaviy bo'limlari uchun onlayn tartibida andarrayting siyosatini olib borish imkoniyati;

- kompaniya sug'urta mahsulotlari, sug'urta turlari bo'yicha tarif siyosatini tahlil va bashorat qilish;

- berilgan guruhlashtirish ko'rsatkichlari bo'yicha hisobot sanasida kompaniya faoliyatini tahlil qilish (masalan, kompaniya hududiy bo'linmalari bo'yicha to'lovlarning kelib tushishi, butun kompaniya bo'yicha, sug'urta mahsulotlari, sug'urta turlari kesimida aniqlangan zararlar bo'yicha tezkor axborotlar; haqiqiy to'lovlar bo'yicha tezkor axborotlar).

Ekspert tizimi sug'urta sohasida ishlab chiqilgan bilimlar bilan birga, sug'urta kompaniyasida to'plangan ma'lumotlarga asoslanib jarayonlarni amalga oshiradi. Dastur omillar tizimiga kirish imkoniyatiga ega bo'lib, mantiqiy xulosalar yordamida qo'yilgan masalalarni yechib beradi va bilimlar bazasida mavjud bo'lgan axborotlar asosida xulosa chiqaradi.

Malakaviy va muqobil tuzilishga ega bo'lgan axborot tizimi sug'urta kompaniyasining raqobat ustunligini oshirgan holda dasturlashtirish va

joriy qilish bosqichlaridan iborat. Bunday tizimlar kompaniya faoliyati hisobotlarini olish, axborotlar to'plashni avtomatlashtirish, ma'lumotlarni ro'yxatga olish va ishlov berishni markazlashgan holda yuritish, axborot ayirboshlash, faoliyatni tezkor tahlil qilish va kelgusida biznes taktikasini aniqlash kompaniya faoliyatini rejalashtirish va bashorat qilishga imkon beradi.

Respublikamizda yirik sug'urta kompaniyalari bilan ishlashning turli bosqichlarida tezkor xizmat ko'rsatishni talab qiluvchi ko'plab mijozlarning mavjudligi muhim ahamiyatga molik bo'lsa, ikkinchi tomondan, ko'plab sug'urta kompaniyalarida mijozlar bazasini rivojlantirishni boshqaruvchi tuzilmaviy bo'linmalar mavjud emas. Mijozlar to'g'risidagi axborotlar tarqoq holda saqlanishi natijasida bu faoliyat bilan shug'ullanuvchi bo'limlar mijozlar to'g'risidagi ma'lumotlarga ega emas va aksincha, mazkur bo'limlardan boshqa bo'limlarga ishlov berish va qaror qabul qilish uchun axborotlar to'liq bo'lmagan holda og'zaki yoki yozma holda kelib tushadi.

Barcha mijozlar to'g'risida yetarli darajada ma'lumotlar bazasiga ega bo'lish, hozirgi kunda kompaniya biznesining barqarorligi va yuksalishidagi asosiy omillardan biridir. Mijozlar to'g'risidagi barcha axborotlar asosida yaratilgan xususiy va ishonchli ma'lumotlar bazasiga ega bo'lish sug'urta iste'molchilariga katta mablag'lar evaziga qilinayotgan har qanday reklamadan ham kuchliroq ta'sir kuchiga ega bo'ladi, deb aytish mumkin.

Sug'urta tashkiloti samarali faoliyat yuritishi uchun sug'urta bozorining holati va sug'urta xizmatlariga bo'lgan talabni tizimli o'rganishi, sug'urtaning yangi turlarini amaliyotga joriy etish zarur. Yaratilgan har bir xizmat iste'molchining talabini qondirishi yoki qondirmasligi ham mumkin. Ijobiy natijaga erishish uchun mijozlarga xizmat ko'rsatishning eng maqbul standartlarini qo'llash, shuningdek sotuvchilarning bajargan ishiga qarab rag'batlantirish mumkin. Zafar qozonishning majburiy sharti shuki, mahsulot mijozning barcha talab va istaklarini bajarishi zarur. Yaratilgan yangi mahsulot uchun sug'urta polisi blankalarining ham yangi ko'rinishini ishlab chiqish zarur, toki mijozda sug'urta kompaniyasining faoliyatida yangilanishlar ro'y berganligini his qilsin. Yangi sug'urta mahsulotini yaratish uchun quyidagi jihatlarni o'rganib chiqish maqsadga muvofiq: sug'urta bozorining talabi, bozorning rivojlanayotgani yoki turg'unligi, raqobat muhiti, iste'molchilar, sotuvchilar hamda marketing strategiyasi. Mazkur jihatlarni tahlil

qilgandan so‘ng boshqa mahsulotlardan farqli yangi sug‘urta mahsulotini yaratish mumkin bo‘ladi.

Innovatsion sug‘urta marketingi raqobatchilariga nisbatan ko‘proq foyda olishni istagan sug‘urta kompaniyalari uchun muhim bo‘lib, innovatsiyalarga va yangiliklarga asoslangan ustun raqobat strategiyasini shakllantiradi. Shuningdek, innovatsion sug‘urta marketingi faqatgina bozordagi yangi mahsulotni yoki mavjud mahsulotni realizatsiya qilish emas, balki yangi texnologiyalardan: yangi mahsulot yoki texnologik jarayon bo‘yicha ixtiro va nou-xaular uchun litsenziyalarni sotish hamda uni tayyorlash uchun uskunalarni takomillashtirishni nazarda tutadi.

9.2. Sug‘urta kompaniyalarida zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish tajribalari

Bugungi kunda innovatsiya har qanday faoliyatning, shu jumladan, sug‘urta tizimining ajralmas bo‘g‘ini hisoblanmoqda. Sug‘urta sohasiga innovatsiyalarning kiritilishi sug‘urta xizmatlari bozorini rivojlantirish va sug‘urta biznesini sifatli tashkil etishga ko‘mak beradi. Umuman olganda, sug‘urta sohasidagi innovatsiyaga yangi sug‘urta mahsuloti va xizmatlarini ishlab chiqish, shuningdek, axborot texnologiyalari asosida jami faoliyat tizimini takomillashtirish sifatida qarash mumkin, bu esa o‘z navbatida sug‘urta xizmatlari bozori sub‘ektlari o‘rtasidagi munosabatlar tizimini va sug‘urta mahsulotining hayotiy siklini ta‘minlaydi.

Sug‘urta xizmatlarining ko‘rsatilishi sug‘urtalovchi va sug‘urtalanuvchi o‘rtasidagi doimiy hamkorlik munosabatlarining qaror topishini anglatadi va bu so‘zsiz sifatli sug‘urta mahsuloti ishlab chiqilishiga bog‘liq bo‘ladi. Sug‘urtalanuvchilar bilan hamkorlikni saqlab qolish uchun zarur bo‘lgan sifatga erishish sug‘urta shartnomasi davrida innovatsiyalarning mavjud bo‘lishini talab qiladi.

Hozirda milliy sug‘urta kompaniyalarida zamonaviy axborot texnologiyalarini jalb etish bo‘yicha keng ko‘lamdagi tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2014 yil 3 apreldagi 2158-sonli “Iqtisodiyotning real tarmoqlariga axborot texnologiyalarini kiritish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori ijrosini ta‘minlash bo‘yicha tadbirlar majmuasi amalga oshirilmoqda. Bunda asosiy e‘tibor hujjatlar almashish tizimiga, moliya-xo‘jalik faoliyatiga, ishlab chiqarishni tashkil etish jarayonlariga axborot–kommunikatsiya texnologiyalari va dasturiy mahsulotlarni keng jalb qilishga qaratilgan. Ayni paytda xizmatlar sifatini oshirish, moddiy-texnika resurslaridan

foydalanish, mijozlar bilan o‘zaro munosabatlarni yo‘lga qo‘yish bo‘yicha zamonaviy axborot tizimi va dasturiy mahsulotlarni sohaga keng jalb etish natijasida sug‘urta xizmatlarining tannarxini pasaytirish yuzasidan keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, sug‘urta kompaniyalarida “Moliyaviy hisob va hisobotlarni, mijozlar bilan ishlash, sug‘urtaning ishlab chiqarish va texnik faoliyatini kompyuterlashtirish bo‘yicha axborot tizimini kompleks ravishda jalb etish” loyihasi keng qo‘llanilmoqda. Mazkur loyiha doirasida kompaniyaning barcha biznes jarayonlarini kompyuterlashtirish ko‘zda tutilgan. Ushbu loyihada ishlab chiqarish va boshqarish jarayonlarini avtomatlashtirish darajasini o‘rganish, texnik masalalarni hal etish, axborot tizimini ishlab chiqish bo‘yicha tanlovlar o‘tkazishni tasdiqlangan tarmoqli grafik bo‘yicha amalga oshiradi.

Mazkur loyiha doirasida sug‘urta biznesini avtomatlashtirish bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda. Xususan, transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug‘urtasi bo‘yicha sug‘urta polisini rasmiylashtirgan va o‘z mobil telefon raqamini taqdim etgan kompaniyaning har bir mijozni SMS-xabarga ega bo‘ladi, unda transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug‘urtasi polisining raqami, uning amal qilish davri va to‘langan summa aks etgan bo‘ladi. Ushbu tadbir sug‘urta xizmatlari iste‘molchilarining polis haqiqiyliigi va uning tannarxi to‘g‘ri hisoblab chiqilganligiga ishonch hosil qilishiga yordam beradi. Buning negizida kompaniyaning barcha mijozlariga polisni rasmiylashtirish sanasi va uning telefon raqamlari mavjudligidan qat’iy nazar transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug‘urtasi polisining muddati tugashidan 5 va 1 kun oldin mazkur polisning muddati oxirlayotgani hamda yangi muddat uchun polisni rasmiylashtirish taklifi aks etgan SMS-xabar jo‘natiladi. Ushbu tadbir mijozlarning muddati tugagan sug‘urta polislari natijasida jarimalar to‘lashi kabi noqulay holatlarning oldini olishga qaratilgan.

Mijozlarga xizmat ko‘rsatish bazasi sug‘urta kompaniyalari faoliyatida eng muhim elementlardan biri hisoblanadi. Aynan servis darajasi sug‘urta xizmatlariga bo‘lgan talabning oshishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Xizmat ko‘rsatish darajasini oshirish uchun esa mijozlarning aniq bir sug‘urta mahsuloti yoki xizmati to‘g‘risidagi ma’lumotlarni o‘z vaqtida va qulay usulda olish imkoniyatlarini oshirish lozim. Ayni paytda transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug‘urtasini amalga oshiruvchi barcha sug‘urta kompaniyalari tomonidan transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug‘urtasi bo‘yicha sug‘urta mukofotini hisoblash bo‘yicha “Kalkulyator OSGO” mobil

ilovasi ishlab chiqilgan. Mazkur ilova foydalanuvchiga mustaqil ravishda transport vositalari egalarining FJMS polisi narxini hisoblash imkoniyatini beradi. Hisob-kitob FJMSning shartlari va o'rnatilgan qonunchilikka asosan olib boriladi. Shuningdek, u FJMS polislarini sotuvchi sug'urta agentlari hamda O'zbekiston Respublikasining istagan sug'urta kompaniyasidan sug'urta polisini sotib olgan iste'molchilarning sug'urta mukofoti to'g'ri hisoblab chiqilganligini tekshirishi uchun foydali unsur bo'lib hisoblanadi. Ilovadan foydalanish va uni kompaniya veb-saytidan ko'chirib olish tekin hisoblanadi.

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, 2014 yil noyabr oyida avtomatlashtirish, aynan esa onlayn rejimida internet tarmog'i orqali kompaniya xizmatlarini taqdim etish bo'yicha yana bir bosqich yakunlandi. Onlayn rejimidagi sug'urta xizmatini olishi uchun mijoz kompaniya saytida o'z mobil telefon raqamini ko'rsatgan holda ro'yxatdan o'tishi lozim. Ro'yxatga olish muvaffaqiyatli kechsa mijozga shaxsiy virtual xona ajratiladi va unda balansni nazorat qilish, sug'urta xizmatlaridan foydalanish, ma'lumotlarni so'rash va sug'urta hodisasi haqida xabar berish imkoniyatlari mavjud bo'ladi.

Bugungi kunda sug'urta bozori mijozlari mazkur onlayn rejimida transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligi majburiy sug'urtasi, shuningdek baxtsiz hodisalardan sug'urtalash turlaridan "Bolajon", "Salomatlik" va "Oilaviy" dasturlari bo'yicha foydalanishlari mumkin. Bundan tashqari, sug'urta xizmatlari uchun to'lovlarni amalga oshirish ham ko'zda tutilgan. MBank tizimidan foydalanish chog'ida mijoz ish joyidan uzoqlashmagan holda o'z plastik kartochkasi orqali sug'urta mahsuloti yoki xizmati uchun to'lovni veb-sayt orqali to'lash imkoniyatiga ham ega. Mazkur xizmat mijozning vaqtini tejaydi, shuningdek to'lov punktlariga murojaat etmagan holda qulay usulda to'lovni amalga oshirish imkoniyatini beradi.

Ilg'or tajribaga ega hisoblangan Yevropaning yetakchi davlatlarida sug'urta kompaniyalari tizimini tashkiliy tuzilishi va taqsimlanishining asosiy mezonlaridan biri barcha mijozlar to'g'risidagi ma'lumotlarni mijozlar bazasida ro'yxatga olishning umumiy tarkibiy dasturiy vositalari joriy qilinganligidir. Bu esa mijozga tegishli bo'lgan shartnomalarni tiklash, yangilash, asosiy sanalar, sug'urta ta'minotini to'lash tarixi, taqdim etilgan chegirmalar, mazkur mijozga biriktirilgan xodimlar (menenjer, agent) to'g'risidagi axborotlarga o'z vaqtida ega bo'lishga, qisqa vaqt ichida sifatli xizmat ko'rsatilishiga imkon beradi.

Mijozga xizmat ko'rsatishning barcha davrlari avtomatlashtirilgan bo'lib, shartnoma tuzishdan boshlab sug'urta ta'minoti to'lovlari va keyingi xizmat ko'rsatishlar bo'yicha majburiyatlarni bajarish bilan tugallanadigan uzluksiz tizimga solingan. Xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar bilan o'zaro hamkorlik taktikasi O'zbekistonning ko'plab sug'urta kompaniyalarida hujjat aylanishlar boshqaruvning chiziqli-funksional tuzilishi asosida amalga oshirilmoqda, bu esa ularning raqobatbardoshligi o'sishiga to'sqinlik qilmoqda. Bugungi kunda aholiga xizmat ko'rsatish sohasini yanada kengaytirish g'oyat muhim ahamiyatga ega. Bunday tarmoqlar tashqi konyunkturaga ham, ob-havo sharoitiga ham bog'liq emas, ya'ni tashqi omillarning o'zgarishi ularga ta'sir ko'rsata olmaydi. Ayni paytda bu xizmatlar mamlakatda ishlab chiqarilgan mahsulotlarning ko'plab turlariga ichki talabni oshiradi, shuningdek, iste'mol bozorida mutanosiblikni saqlashda muhim rol o'ynaydi". Bunday holat ayniqsa ko'p filialli, ko'p tarmoqli sug'urta kompaniyalarida qoniqarsiz ahvolda bo'lib, bu tashkil qilishning ichki va tashqi o'zgarishlarga moslashuvchan, tezkor va to'liq ma'noda e'tibor berishga imkon bermaydi.

Nazariya va amaliyotda biznes-jarayonlar hamda ularni doimiy takomillashtirish tushunchalari mahsulot va xizmatlar bozorida kechayotgan uzluksiz o'zgarishlar bilan bog'liqdir. Shu bilan birga, nafaqat mahsulotlarning o'ziga, balki ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatiga ham talablar ortib bormoqda. Oqibatda sug'urta xizmatlari bozoridagi rivojlanish kam sonli cheklangan kontingentga ega mijozlar mavjudligi sharoitida sug'urta kompaniyalari o'rtasida raqobatning kuchayishiga olib keladi.

Ikkinchidan, biznes yuritishning ichki va tashqi sharoitlari birdaniga o'zgarib ketadi, bu esa bozorda yangi qoidalar asosida ish yuritish muammolarini keltirib chiqaradi va oqibatda, O'zbekiston sug'urtalovchilari doimiy o'zgaruvchan sharoitda faoliyat olib borishiga to'g'ri keladi.

9.3. Sug'urta biznesini avtomatlashtirish yo'nalishlari

Sug'urta kompaniyasi tuzilmasini tashkiliy jihatdan o'zgartirishda ko'plab, shu jumladan, huquqiy va tashkiliy muammolar bilan bir qatorda, texnologik muammolar, yagona korporativ madaniyat, yagona strategiya, tashkiliy tuzilish, rag'batlantirish va axborot texnologiyalari tizimini shakllantirish masalalari yuzaga keladi.

Sugʻurta kompaniyalarining biznes jarayonlarida axborot texnologiyalarini joriy qilishdagi quyidagi muammolarni ajratib koʻrsatish mumkin:

- sugʻurta kompaniyalarining hozirgi rivojlanishida tashkiliy va biznes-jarayonlarini qayta loyihalashtirmasdan turib axborot texnologiyalarini joriy qilish tizimlilik tamoyiliga zid boʻlib qoladi;

- maʼlum funksiyalarni bajaruvchi dasturiy mahsulotlarga boʻlgan talablarni yetarlicha aniqlamasdan turib bu dasturiy mahsulotlarni joriy qilish uning foydalanish sohasini cheklab qoʻyadi, oqibatda ulardan foydalanish samarasiz boʻlib qoladi;

- butun korporativ axborot tizimlarida tizimli tahlil qilishning mavjud emasligi, hududiy boʻlinmalar yoki alohida biznes-jarayonlarni avtomatlashtirish sugʻurta kompaniyasini operativ, sifatli va samarali boshqarishga imkon bermaydi.

Mamlakat sugʻurta faoliyatini tahlil qilish hozirgi kunda qoʻllanilayotgan AKT dasturiy mahsulotlarini sohada keng joriy etishga toʻsqinlik qilayotgan quyidagi omillarni asosiy sabablar sifatida keltirib oʻtadi:

- sugʻurta faoliyatini avtomatlashtirishning innovatsion jarayonlari dastlabki bosqichda boʻlib, sohada texnologiya va algoritmlar yetarli darajada ishlab chiqilmagan;

- integrallashgan kompyuter dasturlarining yuqori baholanishi sugʻurta kompaniyalarini ayrim xarajatlarni tejashga majbur qiladi.

Sugʻurta faoliyatining axborot tizimi va texnologiyalari axborotlarga ishlov berishning jami bosqichlaridagi texnologik jarayonlarning barcha asosiy unsurlarini qamrab olishi va maʼlumotlarning toʻliq xavfsizligini kafolatlovchi tizimlarni joriy qilishga yoʻnaltirilishi lozim. Sugʻurta kompaniyasining avtomatlashtirilgan axborot tizimini ishga tushirish faoliyatning sugʻurta, moliyaviy, buxgalterlik va boshqa shu kabi masalalarini yechishni avtomatlashtirishdan iborat boʻlishi lozim. Shunga koʻra, avtomatlashtirilgan axborot tizimlarini samarali qoʻllashni taʼminlashga qaratilgan sugʻurtaning asosiy muammolari keltirib oʻtiladi:

- axborot tizimlari tanlovi sugʻurta bozorida kompaniyaning faoliyat koʻrsatish strategiyasini aniqlashdan avval amalga oshiriladi;

- avtomatlashtirish tizimlarini baho/sifat optimal munosabatlar tamoyilida izlash koʻzlangan natijalarga olib kelmaydi, chunki bunday tizimlar funksional va texnik imkoniyatlari boʻyicha bir-biridan qatʼiy farq qiladi, demak, ularni kompaniyaning yechimini kutayotgan masalalariga asoslangan holda tanlash maqsadga muvofiq boʻladi;

– kompaniyada asosiy foydalanuvchilar va AT bo‘linmalarini shakllantirishdan avval axborot tizimini tanlash to‘g‘risida qaror qabul qilinadi, oqibatda keyinchalik tizimga qo‘yilgan talablar majmuida o‘zgarishlar yuzaga keladi;

– real imkoniyatlari va joriy qilish hamda foydalanish bosqichidagi risklarni baholash asosiy omil bo‘lishi kerak bo‘lgan vaqtda, tanlanayotgan tizimlar funkcionalligini taqqoslashga e‘tibor qaratiladi;

– alohida joriy qilingan tizimlarning yagona majmuaviy axborot tizimi doirasida integratsiya zarurligini baholay olish darajasi.

Bu muammolarni hal etishda quyidagi masalalarni yechish maqsadga muvofiq bo‘ladi:

– sug‘urta shartnomalarini ko‘rib chiqish jarayoni. Har bir sug‘urtalanuvchi bo‘yicha avval imzolangan shartnomalar mavjudligini tekshirish, sug‘urta qoplamalari hodisalari, tarif stavkasi va maxsus shartlarga moslanuvchan koeffitsientlarni hisoblash, agentlarga komissiyalarni hisoblash, keyingi ishlov berishlar uchun shartnomalarni ma‘lumotlar bazasiga kiritish, zarur bo‘lgan hujjatlarni berish;

– qo‘shimcha shartnomalar tuzish. Asosiy shartnomani e‘tiborga olgan holda sug‘urta ob‘ektlari yoki o‘zgargan sharoitlar bo‘yicha hisob-kitoblar, qayta tuzilgan yoki o‘zgartirilgan shartnomalar haqida ma‘lumotlar bazasini to‘ldirish;

– qayta sug‘urtalash shartnomalarini tuzish. Mos keluvchi axborotlarni tekshirish, komission to‘lovlarni hisoblash;

– sug‘urta mukofotlarini (yoki uning qismlarini) kiritish. Pul mablag‘larini hisob raqamlariga o‘tkazish, qayta sug‘urtalash holati mavjudligida – qayta sug‘urtalovchi bilan hisob-kitoblar;

– sug‘urta shartnomalarini tugatish. Zaxiralarni shakllantirish va boshqa hisob-kitoblarni shakllantirish uchun axborotlarni ma‘lumotlar bazasiga kiritish;

– sug‘urta hodisasining vujudga kelishi. Qoplamalarni hisoblash, to‘lovlarni o‘tkazish, shartnoma yoki uning to‘xtatilishi bo‘yicha qayta hisoblashlar, sug‘urta hodisalari bazasini yuritish;

– sug‘urta shartnomalarining to‘xtatilishi. Sug‘urta qildiruvchi bilan hisob-kitoblar, pul mablag‘larini o‘tkazish, shartnomalar bazasida o‘zgartirishlarni amalga oshirish;

– sug‘urta turlari bo‘yicha bazaviy tarif stavkasini hisoblash. Aniq sug‘urta turi, sug‘urta hodisalari bo‘yicha ma‘lumotlar bazasidagi barcha shartnomalarni ko‘rib chiqish, statistik jadvallardan foydalanish bilan hisoblashlarni amalga oshirish;

–zaxira fondlarini hisoblash. Hisob raqamining joriy holatini tahlil qilish, sugʻurta shartnomalari soni va summasidagi oʻzgarishlarni kuzatib borish;

– sugʻurta portfelini tahlil qilish. Sugʻurta bozorida munosabatlarni aniqlash, xususiy faoliyatni tahlil qilish, istiqboldagi rivojlanishlarni bashorat qilish, mumkin boʻlgan boshqaruv qarorlari variantlarini tahlil qilish;

– kompaniya moliyaviy holatini tahlil qilish. Koʻrsatkichlarning oʻzaro aloqadorligi va munosabatlarini aniqlash, rivojlanishning imkoni boʻlgan variantlarini tahlil qilish;

– ichki buxgalteriya hisobini yuritish. Kompaniya xodimlari maoshini hisoblash, mulkni roʻyxatga olish va shu kabilar.

Shu bilan birga, sugʻurtaning toʻliq texnologiyasi katta hajmga ega va oʻzaro bogʻliq axborotlar tizimini nazarda tutadi:

– sugʻurtalash va qayta sugʻurtalash shartnomalari hamda sugʻurta polislari;

– brokerlik shartnomalari;

– sugʻurta vakillari maoshlari boʻyicha hujjatlar;

– toʻlov talabnomasi;

– kassa orderlari va buxgalterlik oʻtkazmalari;

– sugʻurta qoplamalarini olishga arizalar, sugʻurta hodisalari yuz berganligi toʻgʻrisidagi dalolatnomalar va shu kabilar.

Axborotlarni toʻplash va ishlov berish sugʻurta kompaniyasining buxgalteriya, moliya-iqtisod, polis egalari, toʻlov, qayta sugʻurtalash, xodimlar, agentliklar va boshqa turli xizmat boʻlinmalarida amalga oshirilishi zarur.

Sugʻurta faoliyatini yuritishning axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan boshqaruv tizimiga oʻtilishi boshqaruvning sifat va xususiyatlari oʻzgarishi bilan birga kuzatiladi. Bunda menejrlarning tahliliy ishlari asosiy faoliyatga aylanib boradi, ularda yangi yondashuv va ustuvorliklarni shakllantiradi, axborotlarni kompaniyaning asosiy va real kirish imkoni boʻlgan resurslaridan biriga, uni keyingi rivojlantirishlar esa, asoslangan samarali strategiya tanlashning muhim unsuriga aylanadi.

Oʻzbekistonda sugʻurta munosabatlarini samarali tashkil etish va rivojlantirishning yoʻnalishlaridan biri sugʻurta kompaniyalari tomonidan koʻrsatilayotgan sugʻurta xizmatlarining koʻlami va sifatini oshirish masalasidir. Tadqiqotlarning koʻrsatishicha, respublikamiz sugʻurta bozorida chakana sugʻurta xizmatlarini koʻrsatish talab darajasida emas.

Bunga jiddiy e'tibor qaratilayotganining sababi shundaki, chakana xizmatlar orqali aholining keng qatlamini sug'urta himoyasiga olish imkoniyati tug'iladi. Bozor munosabatlariga asoslangan iqtisodiyotni shakllantirish jarayonida har bir inson keksayganida, mehnat layoqatini yo'qotganida, boquvchisidan mahrum bo'lganida ijtimoiy ta'minot olish huquqining kafolatlari yaratilayotganligi sug'urta bozorini isloh qilish borasida ham yorqin namoyon bo'lmoqda. Mamlakatimiz rivojlanishining ijtimoiy ustuvor yo'nalishlari fuqarolarning huquq va qonuniy manfaatlarini himoya qilishning ishonchli tizimini, mehnatga oid munosabatlarni tartibga solish va aholi turli qatlamlarining ijtimoiy himoyasini sug'urta bozorida huquqiy ta'minlashning doirasini yanada kengaytirishni taqozo etmoqda. Sohani rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan keng ko'lamli chora-tadbirlar, sug'urta faoliyatiga oid qonunchilikning takomillashtirilayotgani aholining sug'urta kompaniyalariga bo'lgan ishonchini mustahkamlamoqda. Sug'urta xizmatlarining raqobat bozorini yanada rivojlantirish, sug'urta faoliyatining zamonaviy turlarini takomillashtirish va sifatini oshirish, sug'urtalovchilarning kapitallashuv darajasini ko'paytirish borasida salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, sohani isloh qilish va rivojlantirishga qaratilgan ulkan e'tibor natijasida sug'urta mukofotlari miqdori yil sayin o'rtacha 40 foizga ortib bormoqda.

XULOSA

Sug'urta – bu axborotga boy va unga bog'liq bo'lgan biznes turlaridan biridir. Sug'urta kompaniyalari faoliyatini boshqarishda axborot texnologiyalarini joriy etish katta va bir-biriga bog'langan ma'lumotlarni qayta ishlashni va boshqaruv qarorlarini asoslash uchun ularni tahlil qilishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, ularni saqlash va axborot xavfsizligini ta'minlash usullariga katta talablar qo'yiladi. Statistika va analitik hisob-kitoblarga asoslangan sug'urta faoliyatini axborot tizimisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Sug'urta operatsiyalarining ancha uzoq muddatli xususiyati nafaqat biznesning o'ziga xos talablarini aks ettiradigan, balki funktsionallikni yanada rivojlantirish, yechimlar, ma'lumotlar merosxo'rliqi va tarkibiy qismlar ro'yxatini kengaytirish uchun barqaror asosga ega bo'lgan axborot tizimiga ega bo'lish zarurligini taqozo etadi. Sug'urta bo'yicha dastlabki ma'lumotlarni, statistik, tahliliy va moliyaviy hisob-kitoblarni, buxgalteriya hisobi va boshqa quyi tizimlarni qayta ishlash vositalari – bu kompaniyaning aktivi hisoblanib, sug'urta bozorida axborot ustunligini ta'minlaydi. Sug'urta kompaniyasida avtomatlashtirish loyihasini muvaffaqiyatli amalga oshirish natijasida quyidagilarga erishiladi: biznes jarayonlari qisqa muddat davom etadi, sug'urta xizmatlari arzon va sifatli bo'ladi, boshqaruv ma'lumotlari paydo bo'ladi, sug'urta kompaniyasi va axborot tizimining innovatsiyalarga moslashishi tezlashadi. Shu bilan birga kompaniyaning moliyaviy ko'rsatkichlari yaxshilanadi – har bir mijozga xizmat narxini pasaytirish va umuman ish samaradorligini oshirish imkoniyatlari yaratiladi. Avtomatlashtirish birinchi navbatda mijozlar bilan muomala qilishda yuqori sifatni ta'minlashi kerak. Barcha jarayonlarning shaffofligi va ravshanligi, mijoz bilan ishlash vaqtining sezilarli qisqarishi, umuman olganda, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatining yaxshilanishini anglatadi. Sug'urta sohasida raqamli texnologiyalarga investitsiyalarning o'sish tendensiyasi kuzatilmoqda, startaplar soni ko'paymoqda, IT-texnologiyalar sug'urta sohasini o'zgartirmoqda. Raqamli texnologiyalarni sug'urta kompaniyalariga joriy etish jarayoni xodimlar sonining qisqarishiga, bir qator an'anaviy kasblarni qisman almashtirishga va boshqa vakolatli mutaxassislariga, asosan axborot texnologiyalari sohasida, modellashtirish, qayta ishlash va katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish bo'yicha mutaxassislariga, aktuariylarga talabning oshishiga olib keladi.

Iqtisodiy samaradorlikka erishishga intilish sharoitida innovatsion axborot texnologiyalarini joriy etish qator izlanishlar olib borishni talab

qiladi. Raqamlashtirish jarayonining eng asosiy manfaatdorlari bo'lib mijozlar hisoblanadi. Ular mijozlarga sug'urta kompaniyalari bilan aloqaning yanada qulayroq bo'lishini, zararlarni qoplash jarayoni tezroq amalga oshirishini va sug'urta xizmatlariga o'rnatilgan tariflar yanada adolatli va jozibador bo'lishini va'da etadilar.

Sug'urtani raqamlashtirish bo'yicha ishlab chiqilgan strategiya kelajakda katta samaradorlik keltiradi. Istisnosiz ravishda barcha ish jarayonlarini raqamlashtirish, shu jumladan mijozlar bilan munosabatlarni o'rnatish, masofaviy xizmat ko'rsatish va mahsulotning yangi arxitekturasini joriy qilish – bu nafaqat sug'urta kompaniyalarining, balki har qanday moliyaviy (va nafaqat moliyaviy) kompaniyaning istagidir. Yangi raqamli texnologiyalar bir tomondan rivojlanish imkoniyatlarini oshirish va tanlash erkinligini ta'minlasa, boshqa tomondan, bu ham kompaniyalar, ham mijozlar uchun moslashuvchanlikning jiddiy sinovidir. Shuni ta'kidlash mumkinki, sug'urtani raqamlashtirish sug'urta kompaniyalari xodimlari faoliyatini boshqarishga va mahsulot turlariga ta'sir qiladi. Bunda sug'urta kompaniyalari risklarini xolisroq baholashi va natijada ishonchli sug'urta portfelini shakllantirishi mumkin bo'ladi. Bularning barchasi birgalikda mamlakatda sug'urtani rivojlantirish uchun istiqbolli natijalarni taqdim etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi. 1996 yil (o‘zgartirish va qo‘shimchalar bilan).
2. O‘zbekiston Respublikasining “Sug‘urta faoliyati to‘g‘risida”gi Qonuni. 2002 yil 28 may (o‘zgartirish va qo‘shimchalar bilan).
3. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining PQ-177-sonli “Ish beruvchining fuqarolik javobgarligini majburiy sug‘urta qilish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonunini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. 2009 yil 24 iyun.
4. O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirining 111-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan “Qayta sug‘urta qilish xizmatlari ko‘rsatishning yagona talablari va standartlari to‘g‘risida”gi Nizom. 2010 yil 27 dekabr.
5. O‘zbekiston Prezidentining PF-4947-sonli “2017–2021 yillarda O‘zbekistonni rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni. 2017 yil 7 fevral.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4412-sonli “O‘zbekiston Respublikasining sug‘urta bozorini isloh qilish va uning jadal rivojlanishini ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. 2019 yil 2 avgust.
7. Drucker, P.F. Management: tasks, responsibilities, practices, Transaction Publishers, New Brunswick, N.J.; London.2007
8. Jask Kinder, Jr.Garry Kinder “Secrets of Successful Insurance Sales” ma‘lumotlari.
9. Seth Kravitz, Lev Barinskiy, Matt Wilson “Mastering Insurance Marketing” UK, 2010. 7-8 pg.
10. Грачев А.В. Основы финансовой устойчивости предприятия // Финансовый менеджмент. – М.: 2003. №4.
11. Исполнительный Комитет СНГ. Роль перестраховочной деятельности в сфере страхования. Москва, 2017 г. с. 6
12. Umarov S.A. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida O‘zbekistonda sug‘urta faoliyati rivojlanishini boshqarish. Iqt.f.d.diss. – T.: 2012.
13. Abduraxmonov I.X. Sug‘urta nazariyasi va amaliyoti. O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisod-Moliya, 2018. 378-b.
14. Абрютинa M.C., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие. – М.: Дело и сервис, 1998. с. 20

15. Арипов А.Н. ва бошқ. Ахборот коммуникацион технологиялари изоҳли луғати. Т.2004, 36-37 б.
16. Ахвледиани Ю.Т. Страхование. Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2010. с. 415
17. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Страхование. Учебник. – СПб.: Питер, 2002. с. 187
18. Бланд Д. Страхование: принципы и практика. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 192 с.
19. Ловцов Д.А. Информационная безопасность больших энергетических систем: концептуальные аспекты. М., 1998.
20. Никулина Н.Н., Березина С.В. Страхование. Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2008. с. 148
21. Rahmonqulova S.Tadbirkorlar uchun on-layn interaktiv xizmatlar. Qo‘llanma. Toshkent, infoCOM.UZ, 2015, 176 bet.
22. Хитрова Т.И, Хитрова Е.М. Информационные технологии в страховании. Учебное пособие. Иркутск Издательство БГУ, 2019. – 97 с.
23. Цыганов А. А., Грызенкова Ю. В., Быстров А. В. Организация интернет-страхования: учеб. пособие. М.: Изд. центр ГУУ, 2004.
24. Шепелин Г. И. Современные кибер риски и страхование: состояние и перспективы // Страховое дело. 2017. № 9. С. 21–29.
25. <http://www.mf.uz> – O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining rasmiy sayti.
26. <http://www.Studme.org> internet sayti ma’lumotlari
27. <http://www.raexpert.ru> ma’lumotlari

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
1-MAVZU. SUG‘URTADA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI FANINING PREDMETI VA OB‘EKTI.....	5
1.1. Sug‘urta kompaniyalari faoliyatida axborot texnologiyalarini qo‘llashning zarurligi.....	5
1.2. Sug‘urta kompaniyalarining moliya sektoridagi o‘rni va ahamiyati	7
1.3. O‘zbekistonda sug‘urta faoliyatini avtomatlashtirishning ahamiyati	10
2-MAVZU. SUG‘URTADA BIZNES JARAYONLARI	17
2.1. Sug‘urta faoliyatidagi asosiy biznes jarayonlarining tuzilishi	17
2.2. Sug‘urta mahsulotlarini yaratish va sotish texnologiyasi	21
2.3. Sug‘urta biznesida tariflarni ishlab chiqish uslubiyoti.....	29
3-MAVZU. SUG‘URTA MARKETINGIDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARINING QO‘LLANILISHI.....	32
3.1. Sug‘urta biznesida marketingning ahamiyati va uning yuritilishi	32
3.2. Sug‘urta bozorida raqobat sharoitida innovatsion muhitning shakllanish jarayoni	36
3.3. Sug‘urta kompaniyasining biznes jarayonlarini reinjining qilish	39
4-MAVZU. SUG‘URTA KOMPANIYALARI FAOLIYATINING DASTURIY TA‘MINOTI.....	42
4.1. Sug‘urta kompaniyasining axborot tizimiga qo‘yiladigan talablar	42
4.2. Axborot tizimlari faoliyatining xususiyatlari	45
4.3. Sug‘urta kompaniyasining dastur arxitekturasi	52
5-MAVZU. SUG‘URTA BIZNESINING DASTURIY TA‘MINOTI	54
5.1. Sug‘urta biznesida zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanishning asosiy yo‘nalishlari	54
5.2. Internet sug‘urtaning tashkil etilishi va imkoniyatlari	56
5.3. Sug‘urta biznesida raqamli texnologiyalarni qo‘llash yo‘nalishlari	60
6-MAVZU. SUG‘URTA SOHASIDA QO‘LLANILADIGAN YANGI IT- TEXNOLOGIYALAR.....	64
6.1. Sug‘urta kompaniyalari faoliyati uchun yaratilgan internet imkoniyatlari	64
6.2. Internetda axborot ta‘minoti va undan foydalanish tartibi.....	66
6.3. Sug‘urta kompaniyalari faoliyatida axborot xavfsizligini ta‘minlash tartib-qoidalari	68

7-MAVZU. AXBOROT RISKLARINI SUG‘URTALASH.....	71
7.1. Axborot xavfsizligini ta’minlashning iqtisodiy mohiyati va nazariy asoslari	71
7.2. Axborot risklarini sug‘urtalashning muhimligi va amalga oshirish bosqichlari.....	74
8-MAVZU. SUG‘URTA KOMPANIYALARI FAOLIYATIDA ZAMONAVIY AXBOROT TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH BO‘YICHA XORIJ TAJRIBASI.....	79
8.1. Xorij amaliyotida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo‘llashning o‘ziga xos xususiyatlari	79
8.2. Jahon sug‘urta tizimida internet sug‘urtaning tashkil etilishi va samaradorligi	84
9-MAVZU. O‘ZBEKISTONDA SUG‘URTA BIZNESINI AVTOMATLASHTIRISHNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	88
9.1 Raqamli iqtisodiyot sharoitida sug‘urtaning rivojlanishi va evolyusiyasi	88
9.2. Sug‘urta kompaniyalarida zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish tajribalari	93
9.3. Sug‘urta biznesini avtomatlashtirish yo‘nalishlari.....	96
XULOSA	101
Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati	103

MAVRULOVA N.A.

**SUG‘URTADA AXBOROT
TEXNOLOGIYALARI**

(O‘quv qo‘llanma)

Toshkent – «NIHOL PRINT» OK – 2022

Muharrir: Q.Matqurbonov
Tex. muharrir: A.Tog‘ayev
Musavvir: B.Esanov
Musahhiha: O.Muxammadiyeva
Kompyuterda
sahifalovchi: G.Tog‘ayeva



№ 7439-765f-47f1-7ea1-a683-4648-1314.
Bosishga ruxsat etildi: 29.03.2022. Bichimi 60x841 /16.
Shartli bosma tabog‘i 7,0. Nashr bosma tabog‘i 6,75.
Adadi 30. Buyurtma № 171.

«Nihol print» Ok da chop etildi.
Toshkent sh., M. Ashrafiy ko'chasi, 99/101.