

TDIU HUZURIDAGI
PEDAGOG KADRLARNI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING
MALAKASINI OSHIRISH
TARMOQ MARKAZI



O'QUV USLUBIY
MAJMUA

TOSHKENT-2022

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**OLIV TA'LIM TIZIMI PEDAGOG VA RAHBAR
KADRLARINI QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING
MALAKASINI OSHIRISHNI TASHKIL ETISH BOSH ILMIY-
METODIK MARKAZI**

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI PEDAGOG KADRLARNI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI OSHIRISH
TARMOQ MARKAZI**

“SUG'URTA ISHI”

yo'nalishi

“SUG'URTA TEXNOLOGIYALARI”

moduli bo'yicha

**O'QUV-USLUBIY
MAJMUA**

TOSHKENT – 2022

Modulning o'quv-uslubiy majmuasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirining 2020 yil 25 yanvardagi 648-sonli buyrug'i bilan ma'qullangan o'quv dasturi va o'quv rejasiga muvofiq ishlab chiqilgan.

Tuzuvchi: Kenjayev I.G'- TMI, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

Taqrizchi: Shennayev X.M. – TMI, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Modulning ishchi dasturi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti kengashining 2022 yil 25 yanvardagi 6-sonli qarori bilan nashrga tavsiya qilingan.

MUNDARIJA

I. ISHCHI DASTUR.....	5
II. MODULNI O'QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA'LIM METODLARI.....	10
III. NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI.....	15
IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI.....	126
V. KEYSLAR BANKI.....	134
VI.GLOSSARIY.....	143
VII. ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	184

I. ISHCHI DASTUR

KIRISH

Dastur O'zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentyabrdagi tasdiqlangan "Ta'lim to'g'risida"gi Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son, Farmonida ta'lim sifatini oshirish va 2026 yilga qadar 10 ta salohiyatli oliy ta'lim muassasini QS va THE xalqaro reytinglarga kirishga maqsadli tayyorlash masalalariga e'tibor qaratilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-son, 2019 yil 27 avgustdagi "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida"gi PF-5789-son, 2019 yil 8 oktyabrdagi "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish kontseptsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5847-son, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentyabrdagi "2019-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5544-sonli Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentyabrdagi "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 797-son, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrdagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 4 oktyabrdagi "2019 – 2030 yillar davrida O'zbekiston Respublikasining «yashil» iqtisodiyotga o'tish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PQ-4477-sonli Qarorlarida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo'lib, u oliy ta'lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda zamonaviy iqtisodiy fanlar, bozor turlari va innovatsion kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg'or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o'zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko'nikmalarini takomillashtirishni va pirovordida iqtisodiy oliy ta'lim muassasalarida ta'lim sifatini oshirishni maqsad qiladi

Dastur doirasida berilayotgan mavzular ta'lim sohasi bo'yicha pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish mazmuni, sifati va ularning tayyorgarligiga qo'yiladigan umumiy malaka talablari va o'quv rejalari asosida shakllantirilgan bo'lib, uning mazmuni kredit modul tizimi va o'quv jarayonini tashkil etish, ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish, pedagogning kasbiy professionalligini oshirish, ta'lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni joriy etish, maxsus maqsadlarga yo'naltirilgan ingliz tili, mutaxassislik fanlar negizida ilmiy va amaliy tadqiqotlar, o'quv jarayonini tashkil etishning zamonaviy uslublari bo'yicha so'nggi yutuqlar, pedagogning kreativ kompetentligini rivojlantirish, ta'lim jarayonlarini raqamli texnologiyalar asosida individuallashtirish, masofaviy ta'lim xizmatlarini rivojlantirish, vebinar, onlayn, «blended learning», «flipped classroom» texnologiyalarini amaliyotga keng qo'llash bo'yicha tegishli bilim,

ko'nikma, malaka va kompetentsiyalarni rivojlantirishga yo'naltirilgan.

Qayta tayyorlash va malaka oshirish yo'nalishining o'ziga xos xususiyatlari hamda dolzarb masalalaridan kelib chiqqan holda dasturda tinglovchilarning mutaxassislik fanlar doirasidagi bilim, ko'nikma, malaka hamda kompetentsiyalariga qo'yiladigan talablar takomillashtirilishi mumkin.

Modulning maqsadi va vazifalari

“Sug'urta texnologiyalari” **modulning maqsadi:** pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malaka oshirish kurs tinglovchilarini o'quv jarayonini tashkil etish va uning sifatini ta'minlash borasidagi ilg'or xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlar, zamonaviy ta'lim va innovatsion texnologiyalar sohasidagi ilg'or xorijiy tajribalar: modul-kredit tizimi, case study (keys stadi), masofali o'qitish, mahorat darslari, vebinar, evristik metodlarni o'zlashtirish, joriy etish, ta'lim amaliyotida qo'llash, ko'nikma va malakalarini tarkib toptirish asosida ularning kasbiy kompetentligi va pedagogik mahoratini doimiy rivojlanishini ta'minlashdan iborat.

“Sug'urta texnologiyalari” **modulning vazifalari:**

- “Sug'urta ishi” yo'nalishida pedagog kadrlarning kasbiy bilim, ko'nikma, malakalarini uzluksiz yangilash va rivojlantirish mexanizmini yaratish;
- zamonaviy talablarga mos holda oliy ta'limning sifatini ta'minlash uchun zarur bo'lgan pedagoglarning kasbiy kompetentlik darajasini oshirish;
- pedagog kadrlar tomonidan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va xorijiy tillarni samarali o'zlashtirilishini ta'minlash;
- mutaxassislik fanlar sohasidagi o'qitishning innovatsion texnologiyalari va ilg'or xorijiy tajribalarni o'zlashtirish;
- “Sug'urta ishi” yo'nalishida qayta tayyorlash va malaka oshirish jarayonlarining fan va ishlab chiqarish bilan integratsiyasini ta'minlash.

Modul bo'yicha tinglovchilarning bilimiga, ko'nikma, malakasi va kompetentsiyalariga qo'yiladigan talablar

Mutaxassislik fanlar bo'yicha tinglovchilar quyidagi yangi bilim, ko'nikma, malaka hamda kompetentsiyalarga ega bo'lishlari talab etiladi:

Tinglovchi:

- **sug'urta xizmarlarini ko'rsatish usullari, uslublari va algoritmik dasturlari bazasini shakllantirish va rivojlantirib borishini;**
- sug'urta risklarini baholash bo'yicha sug'urta munosabatlarini amalga oshirish yuzasidan xulosalar tayyorlashni;
- sug'urta xizmatlaridan foydalanish huquqi va uni baholash tartib-qoidalarini;
- sug'urta xizmatlarini baholash va sug'urtada tarif stavkalarini aniqlashda ommaviy baholash usullarini ***bilishi kerak.***

Tinglovchi:

- sug'urtalash jarayonlarida yuz berayotgan sug'urta ob'ektlarida baholash usullarining qo'llanishini o'ziga xos xususiyatlari;

- sug'urta ob'ektlarining joylashuv xususiyatlari;
- sug'urta ob'ektlarini baholashni amalga oshirish;
- sug'urta faoliyatidan tushgan daromadlari va sug'urta tarif stavkalari aniqlash;
- sug'urta xizmatlarini baholash bo'yicha natijaviy xulosa tayyorlash bo'yicha;
- garov qo'yilgan mulkni baholash xususiyatlariga oid ***ko'nikmalarini egallashi lozim.***

Tinglovchi:

- sug'urtalash obyektlari va ular bo'yicha axborot usullar bazasini yaratish va undan samarali foydalanish;
- sug'urta xizmatlaridan samarali foydalanishi;
- sug'urtalanayotgan ob'ektini tahlil qilish;
- sug'urta xizmatlarini baholash jarayoniga rioya qilinishiga ***oid malakalarini egallashi kerak.***

Tinglovchi:

- sug'urta maxsulotlari iste'molchilarini o'rganish;;
- sug'urta maxsulotlari yaratish texnologiyalari tashkil etishni;;
- sug'urta soxasi bo'yicha konunchilik xujjatlarini;
- sug'urta maxsuloti iste'molchilari bilan muomila kilish;
- sug'urta bozorida sug'urta mahsulotini yaratish texnologiyalarini tashkil etish ***kabi kompetentsiyalarni egallashi lozim.***

Modulni tashkil etish va o'tkazish bo'yicha tavsiyalar

“Sug'urta texnologiyalari” modulini o'qitish jarayonida quyidagi innovatsion ta'lim shakllari va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari qo'llanilishi nazarda tutilgan:

- zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida interfaol ma'ruzalarni tashkil etish;
- virtual amaliy mashg'ulotlar jarayonida keys, loyiha va assisment texnologiyalarini qo'llash nazarda tutiladi.

Modulning o'quv rejadagi boshqa modullar bilan bog'liqligi va uzviyligi

“Sug'urta texnologiyalari” moduli o'quv rejadagi “Moliya”, “Milliy iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi” hamda “Moliyaviy tahlil” kabi o'quv modullari bilan uzviy aloqadorlikda olib boriladi.

Modulning oliy ta'limdagi o'rni

Modulni o'zlashtirish orqali tinglovchilar iqtisodiy globallashuvning hozirgi sharoitida zamonaviy mulk to'g'risidagi multifan va adolatli qiymat kontseptsiyasini baholash faoliyatida qo'llanilishi to'g'risida nazariy va amaliy bilimlar hamda doir kasbiy kompetentlikka ega bo'ladilar.

MODUL BO'YICHA SOATLAR TAQSIMOTI

№	Modul mavzulari	Hammasi	Tinglovchining o'quv yuklamasi, soat				
			Masofaviy ta'lim	Auditoriya o'quv yuklamasi			
				jami	jumladan		
					Nazariy mashg'ulot	Amaliy mashg'ulot	Ko'chma mashg'ulot
		Nazariy					
1.	Sug'urta mahsulotlarini sotish texnologiyasining iqtisodiy mohiyati va ahamiyati	4	2	2	2		
2.	Sug'urta mahsulotini jismoniy va yuridik shaxslarga sotish texnologiyasi	8	4	4	2	2	
3.	Sug'urta mahsulotini sotishda vositachilar xizmatidan foydalanish texnologiyasi	8	4	4	2	2	
4.	Sug'urta mahsulotlarini sotishda reklamani o'rni	8	4	4	2	2	
Jami:		28	14	14	8	6	

NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu. Sug'urta mahsuloti tushunchasi va tarkibi

Sug'urta mahsuloti tushunchasi, sug'urta mahsuloti tushunchasining iqtisodiy mohiyati. Sug'urta mahsulotlari jamlanmasining turlari, sug'urta mahsulotining sifati, sug'urta mahsulotini sotishga ta'sir etuvchi omillar.

2-mavzu. Sug'urta mahsuloti sotishni tashkil etish

Sug'urta mahsulotini sotishda sotish tizimi, sug'urta mahsulotini sotish usullari, sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash

3-mavzu. Sug'urta mahsulotini jismoniy shaxslarga sotish texnologiyasi

Sug'urta polisi. Sug'urta polisi va uni jismoniy shaxslarga sotish tartibi. Jismoniy shaxslar bilan shartnomalar tuzish va uni rasmiylashtirish tartibi. Shaxsiy sug'urta turlari bo'yicha sug'urta polislarini sotish xususiyatlari

4-mavzu. Sug'urta mahsulotlarini yuridik shaxslarga sotish texnologiyasi

Yuridik shaxslarga sug'urta polislarini sotish tartibi. Yuridik shaxslarga sug'urta mahsulotlarini sotishda agent va mijoz o'rtasida yuzaga keladigan munosabatlar. Yuridik shaxslarga sug'urta mahsulotini sotishda shartnomalarni rasmiylashtirish usullari, sug'urta munosabatida qatnashadigan tomonlarning huquq va majburiyatlari.

AMALIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu. Sug'urta mahsuloti tushunchasi va tarkibi

Sug'urta mahsuloti tushunchasi, sug'urta mahsuloti tushunchasining iqtisodiy mohiyati. Sug'urta mahsulotlari jamlanmasining turlari, sug'urta mahsulotining sifati, sug'urta mahsulotini sotishga ta'sir etuvchi omillar.

2-mavzu. Sug'urta mahsuloti sotishni tashkil etish

Sug'urta mahsulotini sotishda sotish tizimi, sug'urta mahsulotini sotish usullari, sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash

3-mavzu. Sug'urta mahsulotini jismoniy shaxslarga sotish texnologiyasi

Sug'urta polisi. Sug'urta polisi va uni jismoniy shaxslarga sotish tartibi. Jismoniy shaxslar bilan shartnomalar tuzish va uni rasmiylashtirish tartibi. Shaxsiy sug'urta turlari bo'yicha sug'urta polislarini sotish xususiyatlari

4-mavzu. Sug'urta mahsulotlarini yuridik shaxslarga sotish texnologiyasi

Yuridik shaxslarga sug'urta polislarini sotish tartibi. Yuridik shaxslarga sug'urta mahsulotlarini sotishda agent va mijoz o'rtasida yuzaga keladigan munosabatlar. Yuridik shaxslarga sug'urta mahsulotini sotishda shartnomalarni rasmiylashtirish usullari, sug'urta munosabatida qatnashadigan tomonlarning huquq va majburiyatlari.

KO'CHMA MASHG'ULOT

“Ko'chmas mulk qiymatini baholash” moduli bo'yicha o'quv dasturida ko'chma mashg'ulot rejalashtirilmagan.

O'QITISH SHAKLLARI

Ushbu modul bo'yicha quyidagi o'qitish shakllaridan foydalaniladi:

- ma'ruzalar, amaliy mashg'ulotlar (ma'lumotlar va texnologiyalarni anglab olish, aqliy qiziqishni rivojlantirish, nazariy bilimlarni mustahkamlash);
- davra suhbatlari (ko'rilayotgan loyiha echimlari bo'yicha taklif berish qobiliyatini oshirish, eshitish, idrok qilish va mantiqiy xulosalar chiqarish);
- bahs va munozaralar (loyihalar echimi bo'yicha dalillar va asosli argumentlarni taqdim qilish, eshitish va muammolar echimini topish qobiliyatini rivojlantirish).

II. MODULNI O'QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA'LIM METODLARI

«Blum kubigi» metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va biliimlarni o'zlashtirilishini engillashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun "Ochiq" savollar tuzish va ularga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

1. Ushbu metodni ko'llash uchun, oddiy kub kerak bo'ladi. Kubning har bir tomonida ko'yidagi so'zlar yoziladi:

- Sanab bering, ta'rif bering (oddiy savol)
- Nima uchun (sabab-oqibatni aniqlashtirovchi savol)
- Tushintirib bering (muammoni har tomonlama qarash savoli)
- Taklif bering (amaliyot bilan bog'liq savol)
- Misol keltiring (ijodkorlikni rivojlantirovchi savol)
- Fikr bering (tahlil qilish va baxolash savoli)

2. O'qituvchi mavzuni belgilab beradi.

3. O'qituvchi kubikni stolga tashaydi. Qaysi so'z chiqsa, unga tegishli savolni beradi.

“KWHL” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va biliimlarni tizimlashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo'yicha qo'yidagi jadvalda berilgan savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Izoh. KWHL:

Know – nimalarni bilaman?

Want – nimani bilishni xohlayman?

How - qanday bilib olsam bo'ladi?

Learn - nimani o'rganib oldim?.

“KWHL” metodi	
1. Nimalarni bilaman: -	2. Nimalarni bilishni xohlayman, nimalarni bilishim kerak:
3. Qanday qilib bilib va topib olaman:-	4. Nimalarni bilib oldim:

“WIH” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarda yangi axborotlar tizimini qabul qilish va biliimlarni tizimlashtirish maqsadida qo'llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo'yicha qo'yidagi jadvalda berilgan oltita savollarga javob

topish mashqi vazifasini belgilaydi.

What?	Nima? (ta'rifi, mazmuni, nima uchun ishlatiladi)	
Where?	Qaerda (joylashgan, qaerdan olish mumkin)?	
What kind?	Qanday? (parametrlari, turlari mavjud)	
When?	Qachon? (ishlatiladi)	
Why?	Nima uchun? (ishlatiladi)	
How?	Qanday qilib? (yaratiladi, saqlanadi, to'ldiriladi, tahrirlash mumkin)	

“SWOT-tahlil” metodi.

Metodning maqsadi: mavjud nazariy bilimlar va amaliy tajribalarni tahlil qilish, taqqoslash orqali muammoni hal etish yo'llarni topishga, bilimlarni mustahkamlash, takrorlash, baholashga, mustaqil, tanqidiy fikrlashni, nostandart tafakkurni shakllantirishga xizmat qiladi.



“VEER” metodi

Metodning maqsadi: Bu metod murakkab, ko'ptarmoqli, mumkin qadar, muammoli xarakteridagi mavzularni o'rganishga qaratilgan. Metodning mohiyati shundan iboratki, bunda mavzuning turli tarmoqlari bo'yicha bir xil axborot beriladi va ayni paytda, ularning har biri alohida aspektlarda muhokama etiladi. Masalan, muammo ijobiy va salbiy tomonlari, afzallik, fazilat va kamchiliklari, foyda va zararlari bo'yicha o'rganiladi. Bu interfaol metod tanqidiy, tahliliy, aniq mantiqiy fikrlashni muvaffaqiyatli rivojlantirishga hamda o'quvchilarning mustaqil g'oyalari, fikrlarini yozma va og'zaki shaklda tizimli bayon etish, himoya qilishga imkoniyat yaratadi. “Veer” metodidan ma'ruza mashg'ulotlarida individual va juftliklardagi ish shaklida, amaliy va seminar

mashg'ulotlarida kichik guruhlardagi ish shaklida mavzu yuzasidan bilimlarni mustahkamlash, tahlili qilish va taqqoslash maqsadida foydalanish mumkin.

Metodni amalga oshirish tartibi:



trener-o'qituvchi ishtirokchilarni 5-6 kishidan iborat kichik guruhlariga ajratadi;



trening maqsadi, shartlari va tartibi bilan ishtirokchilarni tanishtirgach, har bir guruhga umumiy muammoni tahlil qilinishi zarur bo'lgan qismlari tushirilgan tarqatma materiallarni tarqatadi;



har bir guruh o'ziga berilgan muammoni atroflicha tahlil qilib, o'z mulohazalarini tavsiya etilayotgan sxema bo'yicha tarqatmaga yozma bayon qiladi;



navbatdagi bosqichda barcha guruhlar o'z taqdimotlarini o'tkazadilar. Shundan so'ng, trener tomonidan tahlillar umumlashtiriladi, zaruriy axborotlr bilan to'ldiriladi va mavzu yakunlanadi.

Muammoli savol					
1-usul		2-usul		3-usul	
afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi
Xulosa:					

“Keys-stadi” metodi

«**Keys-stadi**» - inglizcha so'z bo'lib, («case» – aniq vaziyat, hodisa, «stadi» – o'rganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni o'rganish, tahlil qilish asosida o'qitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini o'rganishda foydalanish tartibida qo'llanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin.

“Keys metodi” ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot ta'minoti bilan tanishtirish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish(matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va o'quv topshirig'ni belgilash	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiyasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali o'quv topshirig'ining echimini izlash, hal etish yo'llarini ishlab chiqish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil echim yo'llarini ishlab chiqish; ✓ har bir echimning imkoniyatlari va to'siqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil echimlarni tanlash
4-bosqich: Keys echimini echimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qo'llash imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat echimining amaliy aspektlarini yoritish

“Assesment” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod ta'lim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, o'zlashtirish ko'rsatkichi va amaliy ko'nikmalarini tekshirishga yo'naltirilgan. Mazkur texnika orqali ta'lim oluvchilarning bilish faoliyati turli yo'nalishlar (test, amaliy ko'nikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) bo'yicha tashhis qilinadi va baholanadi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment”lardan ma'ruza mashg'ulotlarida talabalarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini o'rganishda, yangi ma'lumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashg'ulotlarda esa mavzu yoki ma'lumotlarni o'zlashtirish darajasini baholash, shuningdek, o'z-o'zini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, o'qituvchining ijodiy yondashuvi hamda o'quv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qo'shimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.

Har bir katakdagi to'g'ri javob 5 ball yoki 1-5 balgacha baholanishi mumkin.



Test

-

Muammoli vaziyat

Tushuncha tahlili (simptom)

Amaliy vazifa

“Insert” metodi

Metodni amalga oshirish tartibi:

- o'qituvchi mashg'ulotga qadar mavzuning asosiy tushunchalari mazmuni yoritilgan matn tarqatma yoki taqdimot ko'rinishida tayyorlaydi;
- yangi mavzu mohiyatini yorituvchi matn ta'lim oluvchilarga tarqatiladi yoki taqdimot ko'rinishida namoyish etiladi;
- ta'lim oluvchilar individual tarzda matn bilan tanishib chiqib, o'z shaxsiy qarashlarini maxsus belgilar orqali ifodalaydilar. Matn bilan ishlashda talabalar yoki qatnashchilarga quyidagi maxsus belgilardan foydalanish tavsiya etiladi:

Belgilar	Matn
“V” – tanish ma'lumot.	
“?” – mazkur ma'lumotni tushunmadim, izoh kerak.	
“+” bu ma'lumot men uchun yangilik.	
“- ” bu fikr yoki mazkur ma'lumotga qarshiman?	

Belgilangan vaqt yakunlangach, ta'lim oluvchilar uchun notanish va tushunarsiz bo'lgan ma'lumotlar o'qituvchi tomonidan tahlil qilinib, izohlanadi, ularning mohiyati to'liq yoritiladi. Savollarga javob beriladi va mashg'ulot yakunlanadi.

III. NAZARIY MATERIALLAR

1-mavzu. Sug'urta mahsulotlarini sotish texnologiyasining iqtisodiy mohiyati va ahamiyati

Reja:

- 1. Sug'urta maxsulotini sotish tizimi**
- 2. Sug'urta mahsulotini sotish usullari**
- 3. Sug'urta mahsulotini sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash**

1. Sug'urta maxsulotini sotish tizimi

Sug'urta maxsulotlari savdosini tashkil qilish sug'urta kompaniyasining muhim va sarmashaqqat jarayonlaridan biri. Sotish tizimining asosiy vazifasi bo'lib sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasida samarali munosabatlarning o'rnatilishi yoki bu sistemaning qanday tashkil etilishi to'g'ridan to'g'ri kompaniyaning daromadiga bog'liq bo'ladi. Sug'urtalovchining sug'urta maxsulotini sotish tizimidagi asosiy prinsipi iste'molchining talabini maksimal darajada qondirish va buning natijasida sug'urta mahsuloti savdosini yuqori darajaga chiqarish. 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, zararining narxi, sug'urta holatlarini tartibga solish, sug'urta hodisasining oqibatlarini tugatishga ko'maklashish).

Savdo tizimi sug'urta bozori bo'g'imlariga muvofiq quriladi va

auditoriyaning biror maqsadga qaratilgani, bozor talablari va sug'urta mahsuloti xususiyatlariga bog'liq holda o'z tuzilishiga ega. Shunday qilib, sug'urtalovchining o'sha yoki boshqa xususiyatlari quyidagi tarzda belgilanadi:

1) iste'molchilarning sug'urta mahsulotini sotib olish bosqichidagi o'zini tutish holati:

❖ sug'urtani qoplash jarayonida iste'molchining faolligi yoki sustligi mos ravishda (savdo tizimida faol sug'urta qildiruvchilar passiv deyiladi va aksincha);

❖ sug'urta mahsuloti narxiga ta'sir ko'rsatish;

❖ sug'urta mahsulotining sifatiga (bir muncha ishlaganligi) ta'sir ko'rsatish, hamda sotish jarayonida xizmat ko'rsatish sifati va zararlarni to'g'irlash;

2) tavakkalchilik va o'z sug'urta mahsulotining xususiyatlari:

❖ sug'urta shartnomasi tuzilishida tavakkalchilikni chuqur ishlab chiqishning zaruriyati,

❖ sug'urta hodisalari boshlanishida da'volarni hal qilishning murakkabligi;

❖ sug'urta shartnomasining amal qilish va da'volarni hal qilish jarayonida qo'shimcha xizmat ko'rsatishning keng turlari mavjudligi. Tavakkalchilikni tashkil etuvchi, belgilovchi xususiyatlarining o'zaro uyg'unlashuvi va iste'molchining o'zini tuta bilishi sug'urta kompaniyasi savdo tizimining yutug'i va muvaffaqiyatsizligini ta'minlaydi.

Agar sug'urta mahsulotini sotish kanali sug'urta qildiruvchining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda qurilsa, bu tizim samaraliroq 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. Mana shu yerda sug'urta xizmatlarini sotish tizimining strukturasi belgilovchi muhim o'zgaruvchanlikni bilish lozim: iste'molchilarning ijtimoiy kelib chiqish ta'rifi (jinsi, yoshi, daromad manbasi, ijtimoiy kelib chiqishi); mahsulotni tanlash va sotib olish bosqichida faollik yoki sustlik holati; sug'urta mahsuloti va xizmat ko'rsatish sifatiga ta'sir ko'rsatish; narxga ta'sir ko'rsatish.

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. Amaliyotda sug'urta kompaniyalari o'z mahsulotlarini sotishning turli yo'llaridan foydalanadilar. Hozirgi paytda sug'urta mahsulotini sotishning bir qancha yo'llari mavjud:¹

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, biz sotishning to'g'ridan to'g'ri, vositasiz usulida ish olib boryapmiz. Bunday usul sug'urtalovchiga ancha arzon tushadi, chunki sotish zanjirida vositachi ishtirok etmayapti va mijoz to'g'ridan to'g'ri sug'urtalovchiga murojaat etmoqda. 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 meditsina tekshiruvi ko'rigini talab qilmaydigan birmuncha oddiy sug'urta mahsulotlarini sotishi mumkin. Ko'pincha bu standartlashgan polislarni sug'urta qildiruvchi internet,

¹ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

pochta yoki kuryer orqali olishi mumkin.

So‘nggi paytlarda sotuvning ko‘payishi va osonlashishiga sug‘urtalovchilarga, ayniqsa, internet 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 transaksion xarajatlar odatdagi ofisda mijozga xizmat qilishga ketgan xarajatlardan birmuncha arzon bo‘ladi.

Agar shartnomalar tuzish sug‘urta vositachilarini jalb etish orqali amalga oshirilsa, unday holda sug‘urta mahsulotlarini vositali sotish to‘g‘risida gap 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.

1-jadval.

Sug‘urta mahsulotlari sotish tizimining xususiyatlari²

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

² www.Studme.org internet sayti ma’lumotlariga asosan

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

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 strukturasi),

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

2- jadval ³

Asosiy mijozlar guruhiga moslangan eng samarali sotuv tizimi

Iste'molchilar	Brokerlar	Mustaqil sug'urta faoliyati bilan bog'liq bo'lmagan vositachilar	Agentlar	Ofis sug'urtalovchilar	Telefon, pochta yoki kompyuter orqali
Faol iste'molchilar-jismoniy shaxslar		+		+	+
Faol bo'lmagan iste'molchilar-jismoniy shaxslar			+		
Faoliyati yirik bo'lgan korxonalar	+			+	
Kichik va o'rta korxonalar	+		+	+	

³ www.Studme.org internet sayti ma'lumotlariga asosan

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 kuchlarini maqsadga yo'naltirgan holda mijozlarni jalb qilishga sarflaydi. Bunda kompaniya agent va brokerlarning xizmatlariga murojaat qiladi. Ularning faoliyati keyingi bo'limda ko'rib chiqiladi.

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'urta qiluvchining agentlari mijozni u sug'urtalanishi lozim ekanligiga, mazkur sug'urta qiluvchining xizmatlari uning sug'urtaga bo'lgan talabini to'liq qondira olishiga, to'lanadigan sug'urta mukofoti esa – sug'urta qoplamasi uchun unchalik qimmat bo'lmagan to'lov ekanligiga ishontirish uchun ancha kuch-g'ayrat sarflashlari darkor. Sug'urta mahsulotlari sotuvini tashkil etish bo'yicha bir necha umumiy talablar mavjud. Mijoz sug'urta qoplamasini qayerdan sotib olishi mumkinligini bilishi, savdo shahobchasiga kirish oson hamda erkin bo'lishi, mijozlarga diqqat-e'tibor va xushmuomalalik bilan xizmat ko'rsatilishi zarur.

Shuningdek, aksiyadorlik kompaniyalari tomonidan ko'rsatilayotgan sug'urta xizmatlari qiymati o'zaro sug'urta jamiyatlaridagi shu turdagi xizmatlarga nisbatan ancha baland bo'ladi. Bu narsa daromad olish zarurati va agentlik tarmoqlarini saqlash ancha qimmat ekanligi bilan izohlanadi. O'zaro sug'urtalash jamiyatlari esa foyda ko'rmaydigan va sug'urta mahsulotlarini sotish bo'yicha yirik tarmoqlarga ega bo'lmagan jamiyatlardir. Foyda olish maqsadi aksiyadorlik

kompaniyalarini ancha faol ishlashga majbur qiladi, sug'urta xizmatlarini targ'ibot – tashviqotini olib borishga, ularni bevosita mijozga etkazib berishga undaydi. Shu sababli qiymatining bir muncha balandligiga qaramay, ularning sug'urta mahsulotlari ancha raqobatbardoshli bo'ladi.

O'zaro sug'urtalash jamiyatlarining foyda ko'rmay ishlash xususiyati yangi a'zolari izlab topish va jalb etishni yetarli darajada rag'batlantirmaydi. Holbuki, sug'urta bozoridagi ahvol ana shunday jamiyatning har bir a'zosi o'z sug'urta ehtiyojlarini ham, sug'urta biznesi masalalarini ham yaxshi tushunishi zarurligini taqozo etadi. Shu bois, sug'urta vositalari murakkablashib borayotgan hozirgi zamon sharoitida o'zaro sug'urta jamiyatlari sug'urta bozorining bir chekkasiga siqib chiqarilgan.

Ko'pgina assotsiatsiyalar (ayniqsa, yiriklari) o'zlarining yuridik xizmatlariga va ogohlantirish tadbirlarini amalga oshiruvchi, ya'ni sug'urta hodisalarining oldini olish organlariga ega bo'ladilar. Bunday guruhlar asosan jismoniy shaxslarga xos xatarlar – avtosug'urta, turar joy sug'urtasi, hayotni sug'urtalash, pensiya va jamg'arma sug'urta turlari bo'yicha ixtisoslashgan bo'ladi. Faoliyatining o'ziga xosligi sababli sug'urtalanuvchilar assotsiatsiyalari o'z a'zolariga cheklangan sug'urta qoplamasini taklif eta olmaydi. Bu turga keng tarqalgan 15- 20 dan ko'proq sug'urta mahsulotlari kiradi. Ularni sotuv miqdori nihoyatda kattaligi hisobidan assotsiatsiyalar sug'urta qiluvchidan sotuv qiymatining 35% iga teng miqdorda chegirma olishlari mumkin, boz ustiga assotsiatsiyalarga kirish badali unchalik katta emas -15 dan 40 dollargacha xolos. Assotsiatsiyalar mazkur assotsiatsiya a'zolari va mutaxassis vositachilardan tashkil topgan o'z agentlik tarmog'iga ega bo'lib, ularning vazifasi qo'shimcha a'zolari jalb etishdan iborat.

Ayrim assotsiatsiyalar sug'urta brokerlari tomonidan o'z mijozlarini to'ldirishning qo'shimcha usuli sifatida maxsus tuziladi. Bunda broker o'z-o'zidan sug'urta bozorida assotsiatsiya manfaatlarini himoya qiluvchi shaxsga aylanib qolishi shubhasiz. Sug'urtalanuvchilar assotsiatsiyasiga a'zo bo'lishga da'vat etishda reklama uchun asosiy vaj bo'lib – qo'shimcha chegirmalarga ega bo'lish

imkoniyati va sug'urtalanuvchi manfaatlarining birgalikda himoyalaniishi xizmat qiladi. Biroq sug'urtalanuvchilar assotsiatsiyalari mohiyatan sug'urta mahsulotini o'tkazish tizimi bo'lib hisoblanmagani sababli, ularni muhokama qilib o'tirmaymiz.

Sug'urta mahsulotini o'tkazish tizimlari sug'urta qiluvchining tijorat ishiga asos bo'lib xizmat qiladi. Sug'urta qiluvchining marketingga oid strategiyasi ishlab chiqilayotganda bu tizimning imkoniyatlarini, faoliyatining asosiy yo'nalishlarini va takomillashtirilishini ham hisobga olish zarur. Sotuvchilar qoidaga ko'ra bozorni, uning muhitini va talablarini yaxshi biladilar, u yoki bu sug'urta mahsulotining iste'molchilar uchun jozibadorlik darajasini aniq baholay oladilar. Mijozlarga tobe' ekanliklari sababli mahsulotni o'tkazish tarmog'ining xodimlari ko'pincha kompaniyaning bosh ofisi oldida iste'molchilar manfaatlarini ifodalovchi sifatida faoliyat ko'rsatadilar. Shu sababli marketing strategiyasi o'tkazish tarmog'i xodimlarining bilimi, fikri va istaklarini hisobga olishi lozim. Aks holda marketing strategiyasi bozordan uzilib qolishi va undan uzoqlashib ketishi ham mumkin. Shuningdek, ayrim mahsulotlarni iste'molchilarga taqdim etishdan bosh tortayotgan sotuvchilar bilan bo'ladigan ziddiyatlarni ham istisno etib bo'lmaydi. «Zimdan qarshilik» bo'lishi ham mumkin, ya'ni agentlar sug'urta xizmatlarini bozorda o'tkazish uchun zarur darajada kuch-g'ayrat sarflamaydilar. Sug'urta mahsulotlari sotuvini ko'ngildagidek tashkil etish uchun kompaniya o'tkazish tarmog'i xodimlari bilan sherikchilik va hamkorlik munosabatlarini o'rnatishi darkor.

Sug'urta mahsulotini o'tkazish usulini tanlash – marketingning eng muhim masalalaridan biridir. Ommaviy marketing yondashuvida barcha mijozlarga yagona sug'urta mahsuloti taklif etilgani sababli sug'urta mahsulotini o'tkazishning yagona tizimi mos kelaverar edi. Sug'urta bozori segmentlanishining rivojlanib borishi va alohida guruhdagi iste'molchilar uchun mo'ljallangan sug'urta mahsulotlarining paydo bo'lishi davomida agentlik tarmoqlarini yoki sug'urta mahsulotini o'tkazishning boshqa tizimlarini bo'lish yoki ixtisoslashtirish masalasi kun tartibiga qo'yildi. Sug'urta tarmoqlarining segmentatsiyasi bu

iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlardagi sug'urta kompaniyalarida yuz berayotgan jarayon bo'lib, uning nihoyasiga yetishiga hali ancha vaqt bor. Ilgari sug'urta kompaniyalari sug'urta mahsulotini sotishning asosiy tizimi sifatida asosan o'z agentlari va brokerlariga tayangan. Ammo yangi imkoniyatlarning vujudga kelishi jarayonida sug'urta qiluvchilar sug'urta mahsulotlarini sotish bilan bevosita shug'ullanuvchi sho'ba korxonalarini tashkil etdilar yoki sotib ola boshladilar. Shuningdek banklar bilan ularning bo'limlari orqali mijozlarga sug'urta mahsulotlarini sotish xususida shartnomalar tuza boshladilar.

Bir qator sug'urta qiluvchilar o'z sug'urta agentliklari faoliyat maydonini ko'proq mukofot yig'ib olish imkoniyatini beruvchi eng afzal (maqsadli) segmentlar doirasida toraytirib yubordilar. Odatga ko'ra bu iste'molchilar guruhlariga nisbatan sug'urta qiluvchi muayyan ustivorliklarga ega bo'ladi. Korporativ sug'urta kompaniyalari uchun muayyan tarmoq korxonalarining manfaatlarini va mol-mulkini sug'urtalash ana shunday bozor sifatida xizmat qilishi mumkin.

Hozirgi paytda o'zi uchun qat'iy belgilangan faoliyat sohasini, masalan, hunarmandlar yoki erkin kasb qiluvchilarni belgilab olgan sug'urta kompaniyalari muvaffaqiyatga erishmoqda. Aynan shunday ixtisoslashuvni sug'urta brokerlari faoliyatida ham ko'rish mumkin: masalan, faqat teatr tomoshalarini, konsertlarni va kino ijodini sug'urtalovchi, boshqa tomonda esa faqat kosmik apparatlarni sug'urtalovchi vositachilar mavjud. Ayrim sug'urta kompaniyalari sug'urta mahsulotini sotib olish chog'idagi ise'molchilar xatti-harakatidan kelib chiqqan holda o'zlarining o'tkazish tarmoqlarini diversifikatsiyalash (kengaytirish) imkoniyatini qidiradilar. Maslahatga va yordamga (shartnomani tuzish va sug'urta hodisasisini tekshirish chog'ida) muhtoj bo'lgan mijozlar, muayyan to'xtamga kelishga qiynalayotgan mijozlar sug'urta qiluvchining agentlariga murojaat etadilar. O'z shartnomalarini muvofiqlashtirish ishlarini ham unga ishonib topshiradilar. O'z puliga ko'proq foyda olishni va optimal sug'urta qoplamasiga ega bo'lishni istovchi mijozlar o'z vakillari sifatida mazkur sug'urta bo'yicha ixtisoslashgan mutaxassis brokerlarni tanlaydilar. O'zini sug'urta masalalarida

ancha-muncha bilim va malakaga ega, deb hisoblaydiganlar yoki eng arzon minimal sugʻurta qoplamasini sotib olmoqchi boʻlganlar esa uni bevosita sotuv bilan shugʻullanadigan tizim, masalan, telefon orqali sotib oladilar. Ayrim mahsulotlar, masalan standart avtosugʻurta yoki koʻchmas mulk sugʻurtasi har qanday usulda – vositachilar orqali ham, ularning ishtirokisiz ham sotilaverishi mumkin. Ayni chogʻda, shunday sugʻurta xizmatlari (korxonalar javobgarligi sugʻurtasi, sanoat xatarlari sugʻurtasi va boshqalar) ham borki, ularni voitachilar – brokerlar yoki agentlar ishtirokisiz sotish mushkul.

U yoki bu tizimni tanlab olish (muayyan bozor yoki mahsulot uchun) uning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi. Bularga sotish tarmogʻini saqlab turish bahosi, sotilish ehtimoli (ehtimoldagi bozor), tizim sugʻurtalanuvchiga taklif etishi mumkin boʻlgan xizmatlar kiradi. Koʻrinib turibdiki, bevosita sotuv tizimi agentlarni saqlash tizimiga nisbatan ancha arzonga tushadi. Biroq batafsil tarifkatsiyalashni hamda oʻtkazilayotgan joyda jiddiy marketing kuch-gʻayratini talab etuvchi koʻpgina sugʻurta mahsulotlarini bevosita sotishning iloji yoʻq. Shu bois tijorat rejaları aniqlashtirilayotganda sugʻurta qiluvchi oʻzining oʻtkazish tizimi xususiyatlarini bozorning maqsadli segmentlari tavsiflariga moslashtirishi shart. Shuningdek tizimni ragʻbatlantirish imkoniyatlarini va sotuvni ragʻbatlantirishga qilinadigan xarajatlarning samaradorligini ham hisobga olish darkor. Bu narsa sugʻurta qiluvchi uchun juda muhim ahamiyatga ega, chunki u koʻp jihatdan olib borilgan marketing siyosatining muvaffaqiyatini yoki samarasiz ekanligini belgilab beradi. Gap shundaki, muayyan mahsulot uchun biron oʻtkazish tizimini tanlab olar ekan, sugʻurta qiluvchi uni almashtirishi uchun koʻp mehnat sarflashi kerak boʻladi. Umuman rivojlangan mamlakatlarda sugʻurtalovchilarning oʻtkazish tizimlari keyingi vaqtda ancha harakatchan boʻlib bormoqda, bu esa bozorning talablariga tezkorlik bilan javob berish zaruriyatidan kelib chiqadi.

2. Sugʻurta mahsulotini sotish usullari

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 to'g'ridan to'g'ri sotish ham keng yo'lga qo'yilgan.⁴

To'g'ridan to'g'ri sotuv sug'urta mahsulotini tarqatishning oddiy va nisbatan arzon usuli hisoblanadi. Keyingi vaqtda muloqotning an'anaviy usullari (pochta va telefon) qatoriga kompyuter tarmoqlari ham qo'shildi. Uning afzalligi shundaki, sug'urta qiluvchi va sug'urtalanuvchi o'rtasidagi muloqot yana ham soddalashib, tezlashib ketdi. Mijoz o'z munosabatini tayyorlab, uni sug'urta qiluvchiga «sichqon»ni bosish orqali jo'natib yuborishi va tezda javobini ham olishi mumkin. Kompyuter tarmoqlari orqali sug'urta reklamasini tarqatish ham ancha tezlashib ketdi. Bundan tashqari, sug'urtalanuvchi kompaniyaning serveriga ulanib, xatarlar tarifikatsiyasi masalasida axborot olishi ham mumkin.

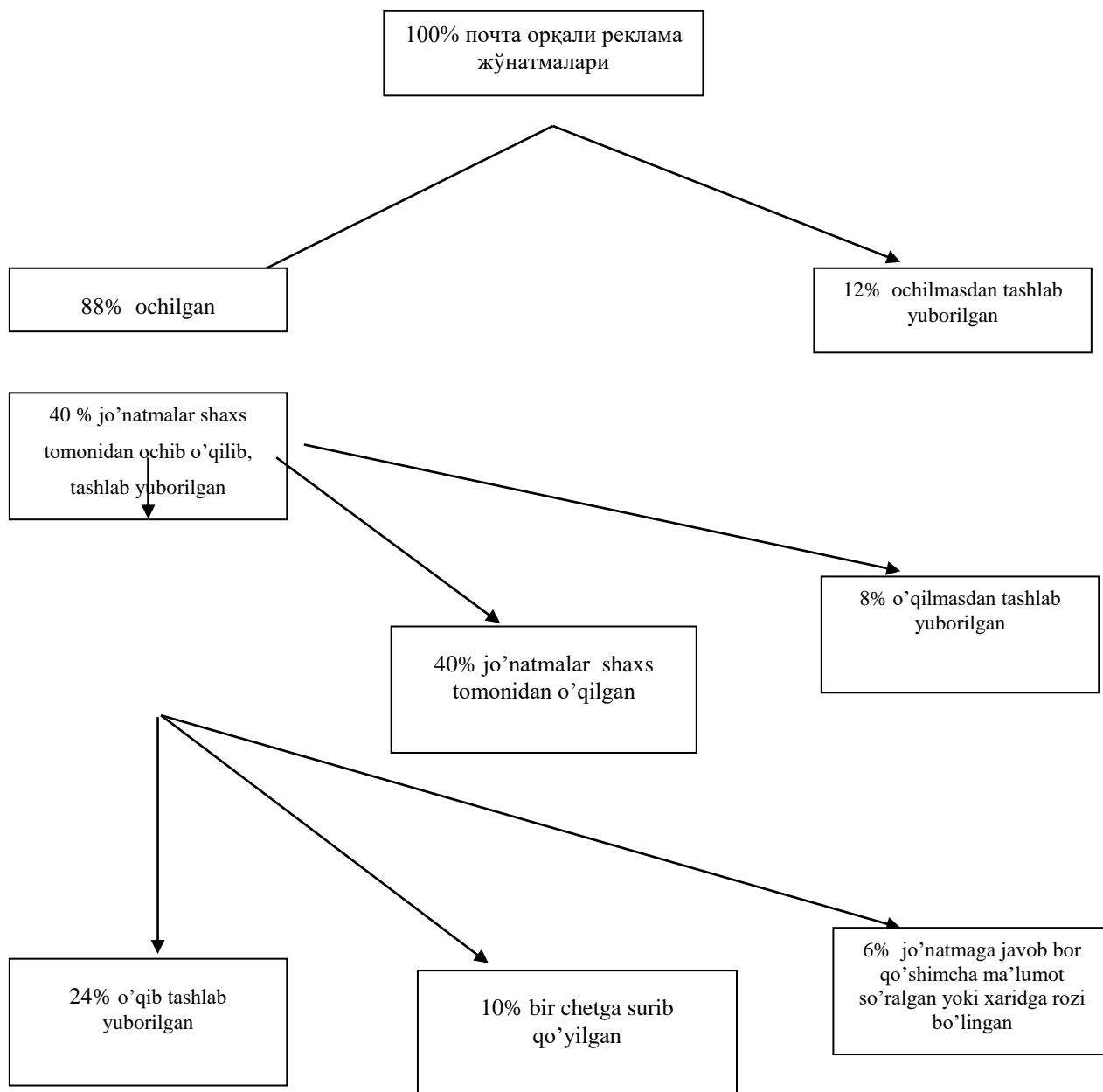
Sug'urta mahsulotlarini sotishda mijozlarga pochta reklamasini jo'natish va telefon orqali qo'ng'iroq qilish to'g'ridan to'g'ri sotishning asosiy vositalaridir. Pochta jo'natmalari ichiga taklif etilayotgan sug'urta mahsulotlarining bayoni, shuningdek, pochta xarajati sug'urta qiluvchi tomonidan to'lab qo'yilgan qaytarib yuboriladigan javob talonidan iborat. Agar taklif mijozga qiziqarli bo'lib tuyulsa, u talonni to'ldirib, uni jo'natuvchiga qaytarib yuboradi. Olingan ma'lumotlar asosida sug'urta qiluvchi mazkur mijoz uchun sug'urta qoplamasini ishlab chiqadi va shartnomani mijozga imzolash uchun jo'natib yuboradi. Shundan so'ng mijoz yana pochta orqali sug'urta mukofotini kompaniya hisobiga o'tkazadi.

Yuqori samaraga erishish uchun sug'urta qiluvchilar, shuningdek, bevosita marketingning boshqa foydalanuvchilari ham pochta reklamasining «yopirilishini» ko'paytiradilar. Imzolangan sug'urta shartnomalarining yuborilgan pochta jo'natmalari soniga nisbati o'rtacha 0,7% ni tashkil etadi. Tadqiqotlar pochta orqali reklama jo'natmalari yuqori samaraga ega ekanligini ko'rsatdi. Masalan, Fransiyada pochta orqali yuborilayotgan shartnomalarning 78% hatto bu reklama mazkur mijozga moslashtirilmagan va umumiy xususiyatga ega bo'lsada, o'qib chiqiladi. Jo'natilgan nomalar konvertlarga joylashtirilgan bo'lsa, ularning

⁴ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

o'qilishi 88% gacha o'sishi ham mumkin. Biroq agar shartnoma 20 grammdan yengil bo'lsa, bu ko'rsatkich 54% ga tushib ketadi.

Aholining 56% pochta orqali reklama jo'natilishi iste'molchilarni mahsulotlar va xizmatlar to'g'risida boxabar etish uchun foydali hamda kerakli ekanligini tan oladi¹. Pochta orqali Fransiya bo'yicha konvertlarda yuborilgan reklama jo'natmalarining o'rtacha «taqdiri» quyidagi chizmada keltirilgan.



1-chizma. Konvertlarda yuborilgan reklama jo'natmalarining «taqdiri»

Telefon usuli pochta orqali muloqotdan bir muncha farq qiladi. Bu o'rinda agentning ehtimoldagi mijoz bilan telefon orqali so'zlashuvi muqaddima bo'lib

xizmat qiladi⁵. 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% sotiladi.

3. Sug'urta mahsulotini sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash

Sotish texnologiyasi sug'urta mahsulotlarini sotishni amalga oshirishda ish-harakat va chora-tadbirlarni tashkil qilish va ketma-ketlikda kompleks olib borishni ifodalaydi. Bu yoki boshqa texnologiyalarni ishlab chiquvchilar oldida "qanday sotish kerak?", degan savol qo'yiladi va bu savolga javob mahsulot iste'molchiga yetib borgunga qadar bo'ladigan harakatlar algoritmi (biror masalani yechish qoidalari) ishlab chiqiladi va belgilanadi.

Nazariya va amaliyotda sotishning barcha texnologiyalari shartli ravishda to'rt guruhga bo'linadi:

- A) mahsulot bo'yicha;
- B) sug'urta shartnomasiga munosabat bo'yicha;
- V) avtomatlashtirish darajasi bo'yicha;
- S) sotish usullari bo'yicha.

Mahsulotga bog'liq holda sotish texnologiyasi o'z ichiga:

- 1) monosotuvlar (sug'urta xizmatining bir turini sotish);
- 2) multisotuvlar (sug'urta xizmatlarini kompleks sotish). Masalan, banklar uchun bankni kompleks sug'urtalash polisi — Bankers Blanket Bond qarzidorlar uchun ipoteka sug'urtasi, o'z ichiga titul sug'urtani oladi, ipoteka sug'urtasi va qarzidor hayoti sug'urtasi;
- 3) kross-sotuvlar (ya'ni, sotib oluvchiga asosiy mahsulotiga qo'shimcha xizmatlar). Masalan, sug'urtalovchilar avtomobil egasiga OSAGO polisi bilan birga mas'uliyatning kengaytirilgan limiti ixtiyoriy avtograjdanlik mas'uliyati sug'urtasini, shuningdek, KASKO sug'urtasi va yo'lovchilar hayoti sug'urtasini taklif qiladilar.

⁵ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

Sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash (tasniflash)

Klassifikatsiya mezonlari	Sotish texnologiyasi turlari
1. Mahsulot bo'yicha	a) monosotuvlar; b) multisotuvlar; v) kross-sotuvlar.
2. Sug'urta shartnomasiga munosabat bo'yicha	a) sotishning yangi texnologiyasi; b) muddati uzaytirilgan shartnomalar texnologiyasi
3. Avtomatlashtirish darajasi bo'yicha	a) qog'ozdagi ma'lumotnomalardan foydalangan holda qo'l bilan; b) sotuvchi ishtirokida avtomatlashtirilgan holda; v) to'liq avtomatlashtirilgan
4. Sotish usullari bo'yicha	a) to'g'ridan to'g'ri sotish texnologiyasi; b) vositachilar orqali (vositali) sotish texnologiyasi

Sug'urta shartnomasiga muvofiq sug'urtalovchi yoki yangi sotish texnologiyasiga murojaat qiladi (yangi mijozlarni jalb qilish uchun reklama, agentlar, brokerlar, pochta orqali jo'natmalar, hadyalar) yoki amaldagi sug'urta shartnomalari muddatini uzaytirish texnologiyalaridan (buning uchun sug'urtalovchi bor kuchini mavjud mijozlarni ushlab qolishga qaratadi, bu esa oson bo'lmaydi, statistikaning ma'lum qilishicha, mijozlarning sug'urta kompaniyasidan shartnoma amal qilinishining ikkinchi yilida ketib qolish holatlari juda ta'sirli) dan foydalanadi.

Avtomatlashtirish darajasi bo'yicha sotish texnologiyasi quyidagicha bo'linadi:

- qog'ozdagi ma'lumotlardan foydalangan holda qo'l bilan sotish (sug'urta qildiruvchi sug'urta uchun ariza va anketani qo'lda to'ldiradi, sug'urta kompaniyasining xodimi sug'urta shartnomasining muhim shartlarini qayd etib, unga sug'urta polisi yozib beradi. Ushbu texnologiya juda ko'p vaqtni oladi);

- sotuvchi ishtirokida avtomatlashtirilgan sotuvlar (sotuvchi hujjatlarni kompyuter programmasida rasmiylashtiradi, bunda sug'urta mukofotini hisoblash

avtomat ravishda amalga oshiriladi, polis bosib chiqariladi va sug'urta qildiruvchiga taqdim etiladi);

- to'liq avtomatlashtirilgan sotuvlar (sotuvchi sug'urta qildiruvchi bilan bevosita aloqada bo'lmaydi. Bu texnologiyani internet-magazinlar amalga oshiradi. Sug'urta kompaniyasining saytiga kirgan mijoz arizani to'ldiradi, kompyuter programmasi esa sug'urta mukofotini hisoblaydi. So'ng u naqd pulsiz elektron hamyon yoki plastik karta vositasida polisga haq to'laydi).

Sotish usullari bo'yicha sotish texnologiyasi quyidagicha bo'linadi:⁶

Agar biz sotishning to'g'ridan to'g'ri usullari haqida gapiradigan bo'lsak, u holda sug'urtalovchilar quyidagi texnologiyalarga murojaat qiladilar:

- 1) shaxsiy sotish (ofisda va ofisdan tashqari);
- 2) muhim mijozlarni boshqarish;
- 3) to'g'ridan to'g'ri pochta va elektron jo'natmalari;
- 4) telemarketing va faks-marketing;
- 5) internet-marketing.

Vositali sotishlarda quyidagi texnologiyalardan foydalaniladi:

- 1) tarmoq ichida vositali sotish;
- 2) ish joylarida polislarni sotish;
- 3) bank sug'urtasi;
- 4) agent sotuvi;
- 5) broker sotuvi.

Nazorat uchun savollar:

1. Sug'urta mahsulotini sotish tizimi, deganda nimani tushunasiz.
2. Sug'urta mahsulotini sotishning qanday usullari bor.

⁶ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

3. Sug'urta mahsulotini o'tkazish usulini tanlash qanday amalga oshiriladi.

4. Konvertlarda yuborilgan reklama jo'natmalarining «taqdiri», deganda nimani tushunasiz.

5. Sug'urta mahsulotini sotish texnologiyasini klassifikatsiyalash deganda nimani tushunasiz.

6. Blanket Bond qarzdorlar uchun ipoteka sug'urtasi o'z ichiga qanday sug'urta mahsulotlarini oladi.

2-mavzu. Sug'urta mahsulotini jismoniy va yuridik shaxslarga sotish texnologiyasi

Reja:

- 1. Sug'urta polisini jismoniy va yuridik shaxslarga sotish tartibi**
- 2. Jismoniy va yuridik shaxslar bilan sug'urta shartnomalari tuzish va uni rasmiylashtirish tartibi**
- 3. Shaxsiy sug'urta turlari bo'yicha sug'urta polislarini sotish texnologiyasi**

1. Sug'urta polisini jismoniy va yuridik shaxslarga sotish tartibi

Sug'urta polisi - ideal ko'rinishga ega bo'lib, soxtalashtirib bo'lmaydigan yorliqlarga ega bo'lishi kerak. Sug'urta polisida barcha ma'lumotlar qamrab olingan bo'ladi, shu bilan bir qatorda sug'urta polisida sug'urtalanuvchining faoliyati bilan bog'liq bo'lgan ma'lumotlar, sug'urta polisi taqdim qilingan sanasi, tugash muddati va boshqalar aks ettirilgan bo'lishi mumkin.⁷

Fuqarolarga tegishli mulklarni sug'urta qilish bo'yicha shartnoma tuzish ularga o'rnatilgan shakldagi sug'urta polisini berish orqali rasmiylashtiriladi. Bu yerda mulklarning turi (uy mulki, uy-joy, hayvonlar, transport vositasi (kasko), avtomobilning o'zini, haydovchisini va yukni birgalikda sug'urta qilish (avto-kombi) e'tiborga olinadi.

Sug'urta polisi nusxa oluvchi qog'oz asosida aniq va ko'zda tutilgan barcha ma'lumotlarni ko'rsatgan holda to'ldiriladi. Moboda, polisda qaysidir grafa

⁷ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993, 325pp

to'ldirilmasdan qolsa, u holda o'sha joyga chiziqcha qo'yiladi. Polisni rasmiylashtirish chog'ida unga tuzatishlar kiritish, sug'urta qildiruvchining ismi va familiyasini qisqartirilgan holda yozishga yo'l qo'yilmaydi. Agar sug'urta polisini yozishda xatoliklarga yo'l qo'yilsa, u holda unga "buzilgan" degan yozuv yoziladi va uning o'rniga yangi blanka to'ldiriladi hamda buzilgan polis sug'urta agentining hisobotiga tikiladi va sug'urtalovchiga topshiriladi.

Sug'urta qildiruvchining sug'urtalangan transport vositasi o'rniga boshqa transport vositasini olgan taqdirda sug'urta shartnomasi qaytadan tuziladigan bo'lsa, bunday holatda sug'urta qildiruvchiga o'rnatilgan tartibda to'ldirilgan yangi sug'urta polisi beriladi. Eski sug'urta polisini sug'urta qildiruvchi sug'urta agentiga qaytarishi shart. Sug'urta agenti o'z navbatida sug'urta qildiruvchi qaytarib bergan sug'urta polisini va yangidan rasmiylashtirigan sug'urta polisining nusxasini sug'urtalovchiga topshiradi. Bunday holatlarda yangidan berilgan sug'urta polislarida oldingi polisning raqami, uni amal qilish muddati hamda sug'urta qilingan transport vositasining turi va markasi ko'rsatilgan holda "Qayta rasmiylashtirilgan" deb belgi qo'yiladi.

Sug'urta shartnomasi amalda bo'lgan davrda sug'urta qildiruvchi sug'urta polisini yo'qotib qo'ysa, uning yozma arizasiga asosan unga sug'urta polisning dublikati beriladi. Dublikat sug'urtalovchida saqlanayotgan sug'urta agentining hisobotidagi yo'qotilgan sug'urta polisi nusxasi asosida rasmiylashtiriladi. Dublikatga quyidagi yozuv yozib qo'yiladi: "_____ seriyali _____ - raqamli yo'qotilgan sug'urta polisi o'rniga berildi".

Sug'urta polisi sug'urta qildiruvchiga, agar u sug'urta mukofotini naqd pul bilan to'lasa, sug'urta shartnomasi tuzilishi bilanoq beriladi. Agar sug'urta mukofoti naqd pulsiz shaklda to'lanadigan bo'lsa, sug'urta polisi sug'urta mukofoti sug'urtalovchining hisob raqamiga kelib tushgandan so'ng 3 kundan kechiktirmasdan sug'urta qildiruvchiga beriladi.

Fuqaroning xohishiga ko'ra mulkiy sug'urta shartnomasi, sug'urta mukofotini nafaqat naqd pul to'lash, balki naqd pulsiz shaklda, ya'ni sug'urta qildiruvchining ish joyi buxgalteriya orqali yoxud hisob raqamidan pul o'tkazish

yo'li bilan tuzilishi mumkin. Bunday sug'urta shartnomasini tuzish quyidagi tartibda amalga oshiriladi.

Sug'urta qildiruvchi fuqaro belgilangan shakldagi blankada o'zi mehnat qilayotgan korxonaga yoki tashkilot buxgalteriyasiga uning nomiga hisoblangan ish haqidan sug'urta mukofotini to'lashni ko'rsatgan holda yozma topshiriqnomaga beradi. Topshiriqnomada fuqaroga tegishli mulkning turi, sug'urta to'lovi miqdori va sug'urta qildiruvchining qaysi oydagi oylik ish haqidan sug'urta mukofoti to'lash uchun pulni ushlab qolish lozimligi aniq bayon etiladi. Sug'urta qildiruvchining topshiriqiga muvofiq u ishlayotgan tashkilot buxgalteriyasi uning oylik ish haqidan sug'urta mukofotini ushlab qolishi va bu mablag'ni sug'urtalovchining hisob raqamiga o'tkazishga majbur.

Agar qandaydir sababga ko'ra sug'urta qildiruvchi o'z mulkini sug'urta qilish bo'yicha shartnomani tuzish to'g'risidagi qarorini o'zgartirsa, sug'urta mukofoti to'langunga qadar tashkilot buxgalteriyasiga topshiriqni bekor qilish bo'yicha yozma topshiriq berishi mumkin.

Sug'urta agenti o'zi rasmiylashtirgan sug'urta polislari va boshqa hujjatlarning to'g'riligini tekshirish (tarif stavkalarini qo'llanilishi, sug'urta mukofotini hisoblanishi va boshqalar) uchun ularni sug'urtalovchiga taqdim etishi mumkin. Hujjatlarning to'g'ri rasmiylashtirilganligini ko'zdan kechirish bevosita sug'urta agenti ishtirokida amalga oshiriladi. Agar tekshirish natijasida hujjatlarni rasmiylashtirish bo'yicha kamchiliklar aniqlansa, ularni zudlik bilan bartaraf etish choralari ko'riladi.

Sug'urta agenti sug'urta qildiruvchi fuqarolar ishlayotgan tashkilot buxgalteriyasida u tomonidan topshirilgan topshiriq ro'yxat nusxasida zaruriy qaydlar amalga oshirilganligini tekshirish shart. Ya'ni ushlab qolingan va o'tkazilgan sug'urta mukofotlari umumiy summasi to'g'risidagi ma'lumotnoma to'ldirilganligi, sug'urta mukofotini oylik ish haqidan ushlab qolish bo'yicha topshiriq bergan barcha sug'urta qildiruvchilar uchun hisoblangan sug'urta mukofoti sug'urtalovchi hisob raqamiga to'liq ko'chirilganligi va pul ko'chirishni amalga oshirgan buxgalterning imzosi mavjudligi tekshirib ko'riladi. Moboda u

yoki bu fuqaro uchun sug'urta mukofoti summasi ko'chirilmagan bo'lsa, uning sabablari ko'rsatiladi (masalan, "ishdan bo'shagan", "ish haqi hisoblanmagan", "topshiriq bekor qilingan").

Sug'urtalovchining hisob raqamiga sug'urta mukofoti kelib tushgandan va sug'urta agenti tomonidan sug'urta qildiruvchilar mehnat qilayotgan tashkilot buxgalteriyasidan topshiriqnomalar ro'yxati nusxasi olingandan so'ng sug'urta polislari shartnomaning amal qilish muddati va sug'urta mukofoti to'langan sana ko'rsatilgan holda to'liq rasmiylashtiriladi. Sug'urta polisini sug'urta qildiruvchiga topshirish kuni polis berilgan sana sifatida qayd etiladi.

Topshiriqnoma bergan fuqaro uchun sug'urta mukofoti to'lanmagan taqdirda bu shaxs uchun sug'urta shartnomasi tuzilmagan hisoblanadi.

Agar fuqaro mulkini sug'urta qilish bo'yicha shartnoma sug'urta mukofotini naqd pulsiz shaklda to'lash va sug'urta polisini taqdim etish bilan bir vaqtning o'zida sug'urta mukofotlarini to'langanligi to'g'risidagi topshiriqnomaning olgan bo'lsada, ammo sug'urta mukofoti haqiqatda pul ko'chirish yo'li bilan o'tkazilmagan bo'lsa, u holda sug'urta polisining nusxasiga tegishli ma'lumot qayd etiladi. Bundan tashqari sug'urta agenti sug'urta mukofoti to'lamagan shaxsga berilgan sug'urta polisini qaytarib olishi va uni sug'urtalovchiga topshirishi shart.

Sug'urta mukofotini naqd pulsiz shaklda to'lash yo'li bilan fuqaroga tegishli mulkni sug'urta qilish bo'yicha shartnoma tuzilayotganda sug'urta agenti mazkur sug'urta turining ixtiyoriylik tamoyiliga asoslanishiga qat'iy rioya etishi zarur. Sug'urta mukofotini oylik ish haqi hisobidan to'lash to'g'risidagi topshiriqnoma sug'urta qildiruvchi tomonidan shaxsan imzolanishi lozim.

Sug'urta polisi sug'urta mukofotini oylik ish haqidan to'lash bo'yicha topshiriqnoma bergan fuqaroning oila a'zolaridan birining nomiga ham yozilishi mumkin, ammo bu haqda to'lov topshiriqnomasida tegishli yozuv qayd etilgan bo'lishi zarur. Sug'urtalovchining jismoniy shaxslar mol-mulkini sug'urta qilish qoidalarida mulkni ko'rikdan o'tkazib, keyin sug'urtaga qabul qilish zarurligi ko'rsatilgan bo'lsa, u holda sug'urta agenti bu qoidagi rioya etishi kerak.

Sug'urta shartnomasi qaysi muddatga tuzilgan bo'lsa, shartnoma kuchga

kirgan sanadan to u amalda bo'lgan sanagacha davom etadi, ya'ni kuchga kirgan sanadan bir kun oldin tugaydi. Masalan, sug'urta shartnomasi 1 yil muddatga tuzildi va 2015-yil 5 oktabrda kuchga kirdi. Uning amal qilish muddati 2016-yil 4 oktabrda tugaydi. Bayon etilgan mazkur tartib ilk marta tuzilayotgan sug'urta shartnomalari yoki oldin tuzilgan va amal qilish muddati tugagandan so'ng yangi muddatga rasmiylashtirilayotgan shartnomalar uchun qo'llaniladi. Shuningdek, bunday tartib sug'urta summasi miqdori oshishi bilan bog'liq qo'shimcha shartnomalarni imzolashda ham qo'llaniladi.

Transport vositasini sug'urta qilishda sug'urta shartnomasi, agar bu transport vositasi avtosalondan sotib olinayotgan bo'lsa, shu zahoti shartnoma rasmiylashtiriladi, ammo uning kuchga kirishi transport vositasini haqiqatda olgan kundan boshlanadi. Hayvonlar kasalliklardan nobud bo'lgan holatda sug'urtalovchining sug'urta tovonini to'lash majburiyati sug'urta shartnomasi kuchga kirgandan so'ng 10 kundan keyin boshlanadi. Masalan, 15-yanvarda sug'urta mukofotini naqd pul to'lash yo'li bilan tuzilgan sug'urta shartnomasi bo'yicha sug'urtalovchining javobgarligi 26-yanvardan boshlanadi. Biroq sug'urtalovchining kasalliklardan nobud bo'lgan hayvonlar uchun sug'urta tovonini to'lash majburiyati 6-fevraldan, ya'ni sug'urta shartnomasi kuchga kirgan kundan 10 kun keyin boshlanadi.

Yuridik shaxslar:

Sug'urta xaridorlarining aksariyati xoh xususiy shaxslar, xoh kompaniyalar vakillari bo'lsin, bevosita sug'urta kompaniyalari vakillari bilan aloqada bo'ladi. Qaysi sug'urta qoplamasiga ehtiyoj sezayotganini ularning o'zlari hal qiladi. Xaridorlar bir qator sug'urta kompaniyalari bilan sug'urta mukofotlari hajmi haqida muzokara yuritishi va oxirida ular shartnoma imzolashni istagan kompaniyani tanlashi mumkin.⁸

Sug'urta agenti mijoz bilan sug'urta shartnomasini tuzishdan oldin o'ziga ishongan holda harakat qilmog'i lozim. U mijoz bilan uchrashuvga puxta

⁸ Insuranc: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insuranc Institut, Great Britain, 1993, 318pp

tayyorgarlik ko‘rishi, fikrlarini bir joyga jamlashi va kutilishi mumkin bo‘lgan savollarga malakali javob berishga tayyor bo‘lishi talab etiladi.

Sug‘urta agenti yuridik shaxslar bilan shartnomani tuzishda nimalarga e‘tibor qaratishi lozim? Sug‘urtaning asosiy shartlarining qaysi jihatlarini sug‘urta qildiruvchiga ko‘proq tushuntirib berishi kerak? Ushbu bo‘lim doirasida mana shu savollar yuzasidan fikr yuritamiz.

Sug‘urta agenti sug‘urta shartnomasi tuzishdan oldin bu sug‘urta turi sug‘urta faoliyatining qaysi klassifikatoriga oid ekanligini yaxshi bilishi talab etiladi. Shuningdek, sug‘urta qilish qoidalarini ham chuqur o‘zlashtirib olgan bo‘lishi shart.

Mol-mulkka (sug‘urta predmeti bo‘lgan hamda sug‘urta shartnomasida ko‘rsatilgan ko‘char va ko‘chmas mulk: binolar va inshootlar, savdo uskunalari, jihozlar, orgtexnika, sotiladigan mahsulotlar, maishiy va sanoat texnikalari, tugallanmagan kapital qurilish ob‘yektlari, mashina va mexanizmlar, qurilish materiallari va qurilmalar, inventarlar, xom-ashyolar, material va boshqa mol-mulklar) egalik qilish, foydalanish va boshqarish bilan bog‘liq mulkiy manfaatlar yuridik shaxs mulkini zarardan, olovdan va tabiiy ofatlardan sug‘urta qilish ob‘yektlari hisoblanadi.

Yuridik shaxslar mol-mulkini sug‘urta qilish sug‘urta shartnomasini tuzgan shaxs, ya‘ni sug‘urta qildiruvchi yoki mulk yo‘qotilganda yoki zararlanganda sug‘urta qoplamasi to‘lanishi mumkin bo‘lgan sug‘urta shartnomasida ko‘rsatilgan boshqa jismoniy yoki yuridik shaxs (naf oluvchi) foydasiga amalga oshiriladi.

Mol-mulklarni sug‘urtaga qabul qilish maqsadida baholash yuridik shaxsning buxgalteriya balansidagi ma‘lumotlarga asoslangan holda amalga oshiriladi. Shundan so‘ng agent sug‘urtaga qabul qilinayotgan mulklarga qanday sug‘urta hodisalari sodir bo‘lishi natijasida zararlar yetkazilganda sug‘urtalovchi tomonidan qoplanishini tushuntirish zarur. Shartnomada sug‘urta hodisalari deb nomlangan bo‘lim bo‘lishi mumkin. Unda mol-mulkning yo‘qolishi va shikastlanishidan ko‘rilgan to‘g‘ridan to‘g‘ri zararlarni quyidagilar natijasida yuzaga kelgan bo‘lsa, sug‘urtalovchi tomonidan qoplanishi nazarda tutiladi:

yong'in, portlash, bo'ron, dovul, jala, yerning ko'chishi, yerning cho'kishi, yerning siljishi, yer osti suvlarining harakati, sel, chaqmoq urishi, zilzila.

Ko'plab sug'urta kompaniyalari, qoidaga ko'ra, o'z faoliyatini yong'in risklaridan sug'urta qilishdan boshlagan. Ishlab chiqarishdagi tanaffuslarni sug'urta qildirish mulkni sug'urta qildirishning tabiiy davomi hisoblanadi va odatda yong'indan sug'urta qilish bo'limi tomonidan amalga oshiriladi.⁹

► portlash oqibatida yuzaga keladigan hodisalar.

Ularning sabablari turlicha: markazlashgan isitish tizimlaridan foydalanish, changlanish darajasi yuqori ekanligi (masalan, tegirmonchilik korxonasi), bug'lanishlar (lok-bo'yoq fabrikalarida). Portlash natijasida shiskastlangan va ishdan chiqqan asbob-uskunalar va mexanizmlar asbob-uskunalarni sug'urta qildirish polisi bo'yicha sug'urta qilinishi mumkin.¹⁰

«Bo'ron» va «dovul» texnik atamalar emas, ikki so'zdan bitta ma'noda foydalanish bu ma'noni aniqlashtirish maqsadini ko'zlaydi, xolos. Suv bosishi kuchli bo'ron, daryo va ko'llar suvining ko'tarilishi, suv omborlaridan suvning chiqarib tashlanishi bilan izohlanishi mumkin.¹¹

- ❖ do'l;
- ❖ ko'p qor yog'ishi yoki muzlash;
- ❖ qulfni buzib qilingan o'g'rilik;
- ❖ mashina va mexanizmlarning, qurilish materiallari va qurilmalarning, shuningdek uchuvchi jismlarning qo'lab tushishi;
- ❖ isitish tizimlari, suv o'tkazgich va kanalizatsiya tarmoqlarining buzilishi;
- ❖ ichki santexnika tizimlarining yorilishi;
- ❖ elektr uskunalar, asboblari va mashinalarning elektr toki ta'sirida ichki zararlanishi;
- ❖ uchinchi shaxslarning qonunga xilof ravshida qasddan sodir etgan hatti-harakatlari.

⁹ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993, 245pp

¹⁰ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993, 246pp

¹¹ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993, 247pp

Sugʻurta agenti shuni yoddan chiqarmasligi zarurki, tomonlarning kelishuviga muvofiq sugʻurtalash bir vaqtning oʻzida yuqorida keltirilgan barcha sugʻurta tavakkalchiliklari boʻyicha yoki boshqa istalgan uygʻunlikda amalga oshirilishi mumkin.

Yuridik shaxslar bilan sugʻurta shartnomasini tuzishda agent mijozga albatta qanday hodisalar sodir boʻlganda mol-mulkka etkazilgan zararlar qoplanmasligini tushuntirishi talab etiladi. Sugʻurta shartnomasida bunday hodisalar “umumiy istisnolar” tariqasida keltiriladi. Masalan, yuridik shaxslar mulkini sugʻurta qilish shartnomasi boʻyicha quyidagilar natijasida sodir boʻlgan hodisalar sugʻurta hodisasi hisoblanmaydi:

- ✓ sugʻurtalanuvchi, naf oluvchi yoki ular vakillarining korxonada belgilangan yongʻindan xavfli yoki portlovchi narsa hamda buyumlarni saqlash qoidalari, shuningdek, alohida mulk turlari bilan muomala qilishda belgilangan boshqa qoidalarni qasddan buzishi;

- ✓ oʻz-oʻzidan yonish, achish, chirish yoki boshqa tabiiy xususiyatlar;

- ✓ mol-mulkning oʻgʻirlanishi, uchinchi shaxslar tomonidan qonunga zid, qasddan sodir etilgan harakatlar natijasida yoʻq qilinishi yoki shikastlanishi, agar ushbu holat tegishli tashkilotlarga xabar qilinmagan, shuningdek, bu tashkilotlar tomonidan ushbu hodisa tasdiqlanmagan boʻlsa;

- ✓ kuya, parazit, termit yoki boshqa hashorotlar, koʻrinmagan nuqsonlar, tabiiy eskirish, chirish, mogʻorlash, ob-havo namligi natijasida keltirilgan shikastlanish, buzilish va zararlar;

- ✓ sugʻurtalanuvchi yoki ularning vakillariga maʼlum boʻlgan va sugʻurtalovchining javobgarligi kuchga kirishidan oldin mavjud boʻlgan mol-mulkning nuqsonlari;

- ✓ sugʻurtalanuvchi yoki uning vakillari tomonidan sugʻurtalangan mol-mulkdan foydalanish qoidalari buzilishi natijasida sodir boʻlgan zararlar;

- ✓ doimiy mavjud boʻlgan foydalanish omillari (eskirish, korroziya) ning taʼsiri va ob-havo omillari taʼsirida asta-sekin zararlanishlar yoki sugʻurtalangan buyumlarning ishlatilmasligi;

✓ mol-mulknı tashish, shuningdek, sug'urta shartnomasida ko'rsatilmagan joyda saqlanishi;

✓ sug'urta qildiruvchining sug'urtalovchiga zararlangan buyumlarni yoki ularning qoldiqlarini, zararlangan buyumlarning butkul yo'q bo'lib ketgan hollarini istisno qilgan holda taqdim etishdan bosh tortishi;

✓ sug'urta shartnomasida qayd etilmagan boshqa barcha hodisalar;

✓ loyiha-smeta hujjatlarida ko'rsatilmagan ishlarning qisman yoki butunlay to'xtatilishidan zararlar;

✓ ko'rsatilgan mol-mulkkaga rasman biriktirilmagan va ishlash uchun maxsus o'qitilmagan shaxslar tomonidan mol-mulklardan foydalanish va xizmat ko'rsatish natijasida ko'rilgan zararlar;

✓ yoqilg'i-moylash materiallari, ximikatlar (kimyoviy moddalardan tayyorlangan moddalar), muzlatish suyuqliklari va boshqa yordamchi materiallarning yo'qolishi yoki zararlanishidan ko'rilgan zararlar;

✓ qurilish texnikasi va transport vositalarining tashqi omillarga bog'liq bo'lmagan ichki buzilishlari natijasida shikastlanishidan ko'rilgan zararlar;

✓ sug'urta hodisasi sodir bo'lgan vaqtda yoki undan so'ng mulkning o'g'rilanishidan ko'rilgan zararlar;

✓ loyiha - smeta hujjatlarida ko'zda tutilmagan tajriba va tadqiqot ishlari;

✓ yadroviy portlash, radiatsiya yoki radioaktiv zaharlanish ta'siri;

✓ harbiy harakatlar, manyovrlar yoki boshqa harbiy tadbirlar;

✓ agar mol-mulknı sug'urta qilish shartnomasida boshqacha tartib nazarda tutilmagan bo'lsa, sug'urtalovchi sug'urtalangan mol-mulk davlat organlarining farmoyishi bilan olib qo'yilishi, musodara qilinishi, rekvizitsiya qilinishi, xatlanishi yoki yo'q qilib tashlanishi oqibatida ko'rilgan zararlar uchun sug'urta qoplamasini to'lashdan ozod qilinadi.

Yuridik shaxslarning mulki hisoblangan quyidagilarga ham sug'urta qilish shartlari tatbiq etilmaydi.

✓ quyma qimmatbaho metallar yoki gardishsiz qimmatbaho toshlarga;

✓ portlovchi moddalar;

✓ naqd pullar;

✓ yerning ko'chishi, yerning cho'kishi, suv toshishi va boshqa tabiiy ofatlar yuz berish xavfi bor hududlarda joylashgan hamda avariya holatda bo'lgan imorat, inshoot va boshqa mulklarga shu xavf haqida o'rnatilgan tartibda e'lon qilinganidan so'ng.

Fuqarolik kodeksida ko'rsatilganidek, quyidagi g'ayri qonuniy manfaatlar sug'urtasini amalga oshirish man etiladi:

- har xil o'yinlar, lotereyalar va garov o'ynashdan ko'rilgan zararlarni sug'urtalash amalga oshirilmaydi;

- garovga olingan odamlarni ozod qilish maqsadida shaxsni majburan qilishi mumkin bo'lgan xarajatlarini sug'urtalash amalga oshirilmaydi.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, quyidagi hollarda sug'urtalovchi sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi)ga sug'urta qoplamasi to'lashni rad etishga haqli:

- sug'urta shartnomasining amal qilishi sug'urta hodisasi ro'y bergunga qadar to'xtatilgan, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksining 948 va 950 - moddalarida ko'rsatilgan asoslar bo'yicha to'xtatilgan bo'lsa;

- sug'urta shartnomasi O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi yoki boshqa qonunlarga asosan o'z kuchini yo'qotgan bo'lsa;

- sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) sug'urtalovchiga sug'urta hodisasi yuz berish sabablarini o'rganishga yoki yetkazilgan zararlar hajmini aniqlashga to'sqinlik qilganligi sababli shartnoma bekor qilinganda yoki O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi va boshqa qonunlarga asosan sug'urta shartnomasi kuchga ega emasligini e'tirof etish haqida sug'urtalovchiga da'vo berilganda;

- sug'urta hodisasi sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi)ning qasddan qilgan xatti-harakatlari oqibatida yuz bergan bo'lsa, faqatgina bu xatti-harakatlar ular tomonidan o'zlarini zarur vaqtda ximoya qilish maqsadida yoki juda zarur sharoitda qilingan holatlarni istisno qilgan hollarda sug'urtalovchi sug'urta qoplamasini to'lashdan ozod bo'ladi.

Sug'urta shartnomasini tuzishda agent e'tibor qilishi zarur bo'lgan

jihatlardan biri mijozga sug'urta puli, sug'urta mukofoti, uni to'lash tartibidir. Har qanday sug'urta shartnomasida bayon etilganlar aniq ko'rsatiladi.

2. Jismoniy va yuridik shaxslar bilan sug'urta shartnomalari tuzish va uni rasmiylashtirish tartibi

Jismoniy shaxslarga tegishli uy mulki, inshootlar va transport vositalarini sug'urta qilish bo'yicha asosiy shartnoma amalda bo'lgan davrda sug'urta qildiruvchining taklifiga asosan sug'urta summasi miqdorini oshirish bo'yicha qo'shimcha kelishuvga erishilishi mumkin. Bunday holatda ham asosiy shartnomada, ham qo'shimcha kelishuvda ko'rsatilgan uy mulklari, inshootlar va transport vositasining umumiy sug'urta summasi ularning amaldagi narxlardan kelib chiqqan holdagi (eskirish summasi hisobga olingan holda) qiymatidan oshib ketishi mumkin emas.

Inshootlarni sug'urta qilish bo'yicha amalda bo'lgan sug'urta shartnomasiga qo'shimcha kelishuv yana shunday holatlarda tuzilishi mumkinki, mazkur inshootga yetkazilgan zarar qoplangandan so'ng sug'urta qildiruvchi inshootni ta'mirdan chiqarib, sug'urta summasini oshirishga xohish bildirilganda. Qo'shimcha kelishuv faqat asosiy shartnomaning amal qilish muddatiga qadar tuzilishi mumkin. Masalan, asosiy shartnomaning amal qilish muddati 10-dekabrda tugaydi. Demak, mazkur asosiy shartnomaga qo'shimcha kelishuv 10-dekabrgacha bo'lgan muddatga tuzilishi mumkin.

Qo'shimcha kelishuv bo'yicha sug'urta mukofoti, qoidaga ko'ra, sug'urta mukofoti yillik summasidan kelib chiqqan holda quyidagi miqdorlarda to'lanadi:

Uy mulkini sug'urta qilishda sug'urta mukofotlari yillik sug'urta mukofotlari summasining quyidagi miqdorlarida to'lanadi: 1 oyga - 15foizi; 2 oyga – 30 foizi; 3 oyga – 40 foizi; 4 oyga – 50 foizi; 5 oyga – 60 foizi; 6 oyga – 70 foizi; 7 oyga – 75 foizi; 8 oyga – 80 foizi; 9 oyga – 85 foizi; 10 oyga – 90 foizi; 11 oyga – 95 foizi.

Inshootlar va transport vositalarini sug'urta qilishda (kasko) sug'urta mukofotlari yillik sug'urta mukofotlari summasining quyidagi miqdorlarida

to‘lanadi: 1 oyga – 20 foizi; 2 oyga – 40 foizi; 3 oyga – 45 foizi; 4 oyga – 50 foizi; 5 oyga – 60 foizi; 6 oyga – 70 foizi; 7 oyga – 75 foizi; 8 oyga – 80 foizi; 9 oyga – 85 foizi; 10 oyga – 90 foizi; 11 oyga – 95 foizi.

Bunda shuni e‘tiborga olish lozimki, to‘liq bo‘lmagan oy uchun to‘langan sug‘urta mukofoti to‘liq oy uchun to‘langan deb hisoblanadi.

Misol: asosiy shartnomaga qo‘shimcha kelishuvning amal qilish muddati 2015-yil 18-yanvardan 2015-yilning 23-sentyabrigacha belgilangan, ya‘ni asosiy shartnomaning amal qilish muddatigacha. Bu erda sug‘urta mukofoti 9 oy uchun to‘liq to‘lanadi, 8 oy uchun – to‘liq (18 yanvardan 17-sentyabrigacha), to‘liq bo‘lmagan 1 oy uchun (18-sentyabrdan 23-sentyabrigacha) ham to‘liq oy uchun to‘langan, deb hisoblanadi.

Sug‘urta qildiruvchi sug‘urta shartnomasi muddati tugagunga qadar uni yangi muddatga tuzishi mumkin. Sug‘urta mukofotining qaysi kuni va qachon to‘langanidan qati‘y nazar, avval amalda bo‘lgan shartnoma tugashi bilan yangi muddatga tuzilgan sug‘urta shartnomasi kuchga kiradi. Misol uchun, sug‘urta shartnomasining muddati 18-oktabrda tugaydi, sug‘urta qildiruvchi 25-sentabrda sug‘urta shartnomasini yangi muddatga tuzadi. Bunday holatda yangi muddatga tuzilgan sug‘urta shartnomasi 26-sentabrdan emas, balki avvalgi sug‘urta shartnomasining amal qilish muddati tugashi bilanoq, ya‘ni 19 oktabrdan kuchga kiradi.

Sug‘urta shartnomasi tuzilishidan oldin sug‘urta agenti bajarishi zarur bo‘lgan holatlar. Fuqarolarga tegishli mulklarning noto‘g‘ri tuzilishini oldini olish maqsadida agent sug‘urta polisini rasmiylashtirishdan avval quyidagilarga o‘z e‘tiborini qaratishi lozim:

- sug‘urtaga qabul qilinayotgan mulklarni haqiqatan ham shartnoma tuzayotgan shaxsga tegishli ekanligini tekshirish (mulklar fuqaroning shaxsiy mulki bo‘lishi kerak, transport vositalarini sug‘urta qilishda, bundan tashqari, mazkur transport vositasi boshqa shaxslarga notarial tasdiqlangan ishonchnoma asosida berilganmi yoki yo‘qligi ham tekshiriladi);

- fuqaroning mulki joylashgan joy rasmiylar tomonidan suv toshqini yoki

boshqa tabiiy ofatlar tahdid solishi mumkin bo'lgan hudud, deb e'lon qilinganmi yoki yo'qligini aniqlashtirish zarur;

- fuqarolar inshootini ixtiyoriy sug'urta qilishda sug'urta aniq sug'urta summasini chiqarish uchun inshootlarning bahosini aniqlashtirishi kerak;

- fuqaroga tegishli hayvonlarni sug'urta qilishda xo'jalikda mavjud bo'lgan bir xil turdagi barcha hayvonlar soni va ularning yoshiga qarab guruhlarini aniqlash talab etiladi;

- uy mulki va inshootlarni, ayniqsa, dala hovlilarni sug'urta qilishda shuni aniqlashtirish lozimki, ular sug'urta qildiruvchi yoki u tayinlangan shaxs tomonidan muntazam nazorat qilib borilishi, qo'riqlash signalizatsiyasi mavjudligiga e'tiborni qaratishi zarur. Agar bunday nazorat mavjud bo'lmasa, sug'urta shartnomasi tuzish tavsiya etilmaydi;

- sug'urtaga mulklarni qabul qilish jarayonida sug'urta qildiruvchi ishtirokida albatta, ularni ko'zdan kechirish kerak. Fuqaroga tegishli transport vositasini sug'urtaga qabul qilishda esa mazkur transport vositasiga egalik qilish huquqini beruvchi tegishli hujjatlar va texnik pasportni ko'rish hamda maxsus jadvalga (agar jadval sug'urtalovchi tomonidan ishlab chiqilgan va bu jadval bilan agent ta'minlangan bo'lsa) muvofiq transport vositasining eskirish summasiga muvofiq sug'urta mukofoti summasidan chegirmalarni ayiradi. Uy hayvonlarini sug'urta qilishda sug'urtaga qabul qilinayotgan hayvonlarning sog'ligi talab darajasidami yoki yo'qmi va mazkur hudud uchun karantin e'lon qilinmaganmi kabi masalalarga agent o'z e'tiborini qaratishi kerak (agar hayvonlar kasallikga chalingan bo'lsa, tug'ish holatida yoki tuqqandan keyin kuzatuvda bo'lgan bo'lsa, shuningdek, so'ngi tibbiy tekshiruv jarayonida hayvonlarda brutsellez yoxud tuberkulez kasalliklariga chalinganlik alomatlari paydo bo'lgan bo'lsa, bunday hayvonlar sug'urtaga qabul qilinmaydi);

- sug'urtaga qabul qilinayotgan mulklar joylashgan joy, uy haqiqatan sug'urta qildiruvchining doimiy yashash joyimi yoki yo'qligini ham nazardan chetda qoldirmaslik talab etiladi.

Yuridik shaxslar:

Ma'lumki, ixtiyoriy sug'urta turlari bo'yicha, jumladan, yuridik shaxslar mol-mulkini olovdan, tabiiy ofatlar va zarardan sug'urta qilishda sug'urta pulining miqdori sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchining kelishuviga binoan sug'urta shartnomasida belgilab qo'yiladi. Mol-mulkni sug'urtalashda, agar sug'urta shartnomasida boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta puli mol-mulkning shartnoma tuzilayotgan kunda joylashgan joydagi haqiqiy qiymati (sug'urta puli)dan yuqori bo'lmasligi kerak. Sug'urta shartnomasini tuzish vaqtida tomonlarning kelishuviga ko'ra belgilanadigan, sug'urta manfaati bilan bog'lanadigan mol-mulkning qiymati, agar qonun hujjatlarida boshqacha tartib nazarda tutilmagan bo'lsa, sug'urta qiymati (sug'urta bahosi), deb hisoblanadi. Mol-mulkning sug'urta shartnomasida ko'rsatilgan qiymati ustida keyinchalik bahslashish mumkin emas, sug'urtalovchi shartnoma tuzishdan avval sug'urta tavakkalchiligini baholash huquqidan foydalanmaganligi, shu qiymat yuzasidan ataylab chalg'itilganligi bundan mustasno.

Sug'urta agenti zarurat tug'ilganda, sug'urta shartnomasining amal qilish muddati davomida tomonlarning kelishuviga binoan mol-mulkning sug'urta qiymati va shunga muvofiq sug'urta puli hamda qo'shimcha to'lanadigan sug'urta mukofoti miqdori qayta baholanishini nazardan chetda qoldirmasligi kerak.

Sug'urta shartnomasi 1 yil muddatga tuzilganda sug'urta tarifi sug'urta obyektining tavakkalchilik darajasiga qarab sug'urta kelishilgan sug'urta puliga nisbatan foizlarda belgilanadi. Masalan, yuridik shaxslar mol-mulkini sug'urtalashda tarif stavkasi 0,1% dan 5% gacha miqdorda belgilanishi mumkin. Shartnomaning alohida shartlari, tavakkalchilik darajasi hamda sug'urta muddatiga qarab sug'urta tarifi kamaytirilishi yoki oshirilishi mumkin. Sug'urta shartnomasi bir yildan kam yoki ko'p muddatga tuzilganda sug'urta mukofoti bir yillik sug'urta to'lovidan sug'urta muddatiga nisbatan mutanosib ravishda belgilanadi. Tomonlarning kelishuviga muvofiq sug'urta qildiruvchi tomonidan sug'urta mukofoti sug'urtalovchining hisob-kitob raqamiga pul o'tkazish yo'li bilan yoki sug'urtalovchining kassasiga yoki u tomonidan tayinlangan agentga naqd pul

to'lash orqali to'lanishi mumkin. Sug'urta mukofotini to'lash tartibi sug'urta shartnomasida belgilanadi. Misol uchun, sug'urta qildiruvchi sug'urta mukofotini shartnoma tuzilgandan so'ng 3 kun ichida yoki 72 soat mobaynida to'lash shartligi sug'urta shartnomasida ko'rsatiladi. Agar sug'urta shartnomasida boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta mukofoti to'liq to'lanmagan taqdirda, sug'urtalovchining javobgarligi sug'urta mukofotining to'langan qismiga mutanosib ravishda bo'ladi.

Sug'urta shartnomasida sug'urta mukofoti bo'lib-bo'lib, ya'ni ikki va undan ortiq marta to'lanishi ko'rsatilishi mumkin. Sug'urta mukofoti yoki navbatdagi to'lov belgilangan muddatda to'lanmasa, agar sug'urta shartnomasida boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta shartnomasi o'z-o'zidan kuchini yo'qotadi va buning uchun tomonlarning qo'shimcha istak bildirishlari shart emas. Avval to'langan sug'urta mukofotlari qaytarilmaydi,

Tomonlarning kelishuviga binoan sug'urta shartnomasi 1 yilgacha va undan ko'p muddatga tuzilishi mumkin. Sug'urta shartnomasi, agar unda boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta mukofoti yoki uning birinchi qismi to'lanishi bilan kuchga kiradi. Sug'urtalovchining javobgarligi, agar sug'urta shartnomasida boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, naqd pulli hisob-kitobda sug'urta mukofoti yoki uning birinchi qismi to'lanishi bilan va naqd pulsiz hisob-kitobda sug'urta mukofoti yoki uning birinchi qismi sug'urtalovchining hisob-kitob raqamiga kelib tushgandan so'ng kuchga kiradi.

Sug'urta agentiga sug'urtalovchi tomonidan sug'urta shartnomasini uning nomidan tuzish vakolati berilgan bo'lsa, u holda shartnomani tuzishda agent va sug'urta qildiruvchi o'rtasida quyidagilar to'g'risida bir to'xtamga kelib olinishi kerak:

- ❖ sug'urtalash ob'ekti xisoblangan ma'lum mol-mulk yoki boshqa mulkiy manfaatlar haqida;
- ❖ sug'urta hodisasining tavsifi haqida;
- ❖ sug'urta pulining miqdori haqida;

❖ agar shartnomada sug'urta qoplamasi sug'urta puliga nisbatan kamroq miqdorda to'lash mumkinligi ko'rsatib o'tilgan bo'lsa, sug'urta qoplamasi miqdorini aniqlash tartibi haqida;

❖ sug'urta mukofotining miqdori va uni to'lash muddati (muddatlari) haqida;

❖ shartnomaning amal qilish muddati haqida.

Mol-mulk sug'urta shartnomasiga binoan ushbu mol-mulkning saqlanishidan manfaatdor shaxs shartnomani naf oluvchi foydasiga, uning egasi, mol-mulkka boshqa mulkiy huquqi bor shaxslar, ijarachi, pudratchi, saqlovchi, dallol va boshqalar foydasiga tuzishi mumkin. Sug'urta qildiruvchi va naf oluvchi sug'urtalangan mol-mulkning but saqlanishidan manfaatdor bo'lmagan holda tuziladigan sug'urta shartnomasi haqiqiy hisoblanmaydi. Naf oluvchi foydasiga tuzilgan sug'urta shartnomasida uning ismi yoki nomi ko'rsatilmashligi mumkin. Bunday sug'urta shartnomasi tuzilganda oq polis (oluvchining ismi-sharifi ko'rsatilmagan polis) beriladi. Bunday shartnoma bo'yicha haq-huquqlarni talab qilish uchun sug'urtalovchiga ushbu polis taqdim etilishi lozim.

Sug'urtalovchi mol-mulk sug'urta shartnomasiga ko'ra shartnomada shartlashilgan to'lov (sug'urta mukofoti) uchun shartnomada ko'rsatilgan hodisa (sug'urta hodisasi) yuz berganda sug'urta qildiruvchi yoki boshqa shaxs shartnoma kimning foydasiga tuzilgan bo'lsa, o'sha shaxs (naf oluvchi)ga, sug'urtalangan mol-mulkka ushbu hodisa natijasida yetkazilgan zararlar yoki sug'urta qildiruvchining mulkiy manfaatlari bilan bog'liq zararlar (sug'urta qoplamasini to'lash) uchun shartnomada belgilangan pul (sug'urta puli) chegarasida to'laydi.

Sug'urta shartnomasi yozma ravishda, bitta hujjat tuzish bilan yoki sug'urta qildiruvchining yozma yoki og'zaki arizasiga binoan sug'urtalovchi imzolagan sug'urta polisini sug'urta qildiruvchiga berish orqali amalga oshiriladi. Tomonlarning kelishuviga ko'ra shartnomaga boshqa shartlar kiritilishi mumkin. Agar sug'urta shartnomasida sug'urta qildiruvchining holatini qonunda belgilangan holatga ko'ra yomonlashtiruvchi shartlar mavjud bo'lsa, shartnomaning bunday shartlari o'rniga qonunchilikning mos qoidalari qo'llaniladi. Sug'urta shartnomasini tuzish vaqtida sug'urta qildiruvchi va sug'urtalovchi ayrim

sug'urtalash qoidalarini o'zgartirish yoki olib tashlash yoxud shartnomaga sug'urtalash qoidalarida bo'lmagan shartlarni kiritish haqida kelishib olishlari mumkin.

Sug'urta shartnomasini tuzish vaqtida sug'urta qildiruvchi sug'urtalash obyektiga doir tuzilgan yoki tuzilishi mumkin bo'lgan boshqa barcha sug'urta shartnomalari haqida hamda ma'lum bo'lgan sug'urta hodisasining sodir bo'lish ehtimolini va uning sodir bo'lishidan ko'rilishi mumkin bo'lgan zarar hajmini aniqlashda ahamiyatga ega bo'lgan barcha shartlar haqida sug'urtalovchiga ma'lum qilishi kerak. Sug'urtalovchi tomonidan sug'urta shartnomasi(polisi)ning standart shaklida ko'rsatilgan holatlar ahamiyatli holatlar hisoblanadi.

Agar mol-mulk sug'urta qiymatining bir qismi miqdorida sug'urta qilingan bo'lsa, sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) qo'shimcha sug'urtalashni amalga oshirish huquqiga ega, shu jumladan, boshqa sug'urtalovchida, lekin bunda barcha tuzilgan sug'urta shartnomalari bo'yicha umumiy sug'urta puli sug'urta qiymatidan oshmasligi kerak. Sug'urta shartnomasi sug'urta qiymatidan oshiqcha sug'urta puliga nisbatan kuchga ega emas. Bu holda ortiqcha to'langan sug'urta mukofoti qaytarilmaydi.

Agar sug'urta shartnomasida sug'urta puli sug'urta qiymatidan kamroq qilib belgilangan bo'lsa, sug'urtalovchi sug'urta hodisasi yuz berganda sug'urta qildiruvchi (nafdor shaxs)ga u ko'rgan zararlarni sug'urta pulining sug'urta qiymati nisbatiga mutanosib ravishda qoplashi shart. Barcha hollarda shartnoma bo'yicha sug'urtalovchining javobgarligi sug'urta pulidan ko'p bo'lishi mumkin emas. Mol-mulk sug'urtasi shartnomasini tuzgan sug'urta qildiruvchi vafot etganda, uning huquq va majburiyatlari shu mulkni meros bo'yicha olgan shaxsга o'tadi. Boshqa barcha mulkiy huquqlarning yangi mulkdorga o'tishi holatlarida, agar shartnoma yoki qonunda boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta qildiruvchining huquq va majburiyatlari sug'urtalovchining roziligi bilan yangi mulkdorga o'tadi.

Agar shartnomada boshqa shart belgilanmagan bo'lsa, sug'urta polisi sug'urta qildiruvchiga naqd pulli hisob-kitobda sug'urta mukofoti to'lanishi bilanoq yoki

naqd pulsiz hisob-kitobda sug'urtalovchining hisob-kitob raqamiga pul kelib tushgan kundan co'ng 3 bank ish kuni ichida beriladi.

Har ikkala tomon xohlagan vaqtda sug'urta shartnomasini bekor qilish huquqiga ega, unda mo'ljallangan bekor qilish muddatidan 30 kun oldin ikkinchi tomon so'nggi manzili bo'yicha yozma ravishda o'goxlantirilishi lozim. Sug'urta shartnomasining amal qilishi quyidagi hollarda to'xtatiladi:

- muddati tugaganda;
- sug'urtalovchi shartnoma bo'yicha o'z majburiyatlarini to'liq bajarganda;
- bir tomonning talabiga binoan shartnoma bekor qilinganda;
- sug'urta qildiruvchining talabiga binoan sug'urtalovchi tomonidan sug'urta qoidalariga amal qilinmaganda;
 - yuridik shaxs – sug'urta qildiruvchining yoki sug'urtalovchining faoliyati qonun hujjatlarida belgilangan tartibda to'xtatilganda;
 - jismoniy shaxs – sug'urta qildiruvchi vafot etganda, agar uchinchi shaxs sug'urta qildiruvchining majburiyatlarini bajarishni o'z zimmasiga olmasa;
 - sud qaroriga binoan sug'urta shartnomasi haqiqiy emas, deb topilganda;
 - qonun hujjatlarida nazarda tutilgan boshqa hollarda.

Agar sug'urta shartnomasi kuchga kirgandan so'ng sug'urta hodisasining yuz berish ehtimoli yo'qqa chiqsa va sug'urta tavakkalchiligi sug'urta hodisasidan boshqa sabablarga ko'ra mavjud bo'lmay qolsa, masalan, sug'urtalangan mol-mulk sug'urta hodisasidan o'zga sabablar tufayli nobud bo'lsa sug'urta shartnomasi muddati tugamasdan oldin to'xtatiladi. Bu holda sug'urtalovchi sug'urta mukofotining sug'urta shartnomasi amalda bo'lgan vaqtga mutanosib bo'lgan qismini olish huquqiga ega. Sug'urta shartnomasidan sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi)ning muddatidan ilgari voz kechishi natijasida sug'urtalovchiga to'langan sug'urta mukofoti agarda shartnomada boshqacha shart nazarda tutilmagan bo'lsa, qaytarilmaydi. Agar sug'urta qildiruvchining yolg'on ma'lumotlari asosida sug'urta shartnomasidagi sug'urta puli oshirilgan bo'lsa, sug'urtalovchi sug'urta shartnomasi bekor qilinishi va yetkazilgan zararlarni qoplash maqsadida sug'urta

qildiruvchi tomonidan to'langan sug'urta mukofoti miqdoridan ko'proq miqdorda to'lov talab qilish huquqiga ega. Agar sug'urta shartnomasi tuzilganidan so'ng sug'urtalovchiga sug'urta qildiruvchi tomonidan mavjud shart-sharoit haqida ataylab yolg'on ma'lumotlar berilgani ma'lum bo'lsa, sug'urtalovchi shartnomani bekor qilinishini talab qilish huquqiga ega.

Sug'urta agenti mijoz bilan sug'urta shartnomasini rasmiylashtirishda tomonlarning huquq va majburiyatlarini, ayniqsa mijozning huquq va majburiyatlarini atroflicha tushuntirishi kerak.

Shartnomaga muvofiq sug'urta qildiruvchi quyidagi huquqlarga ega bo'lishi mumkin:

-sug'urtaning amal qilish muddati davomida sug'urta masalalari bo'yicha sug'urtalovchidan maslahatlar olish;

-sug'urta hodisasi yuz berganda sug'urtalovchidan sug'urta qoplamasi olish;

-sug'urta hodisasi yuz berganda mustaqil ekspertiza o'tkazilishini talab qilish;

-barcha mulkini va alohida obyektlarni qo'shimcha sug'urta qilish;

-sug'urtalovchi bilan kelishgan holda sug'urta shartnomasiga qo'shimcha, va/yoki o'zgartirishlar kiritish;

-shartnomani sug'urtalovchini ogohlantirish sharti bilan muddatidan avval bekor qilish.

Shu bilan bir qatorda sug'urta qildiruvchi quyidagi majburiyatlarni o'z zimmasiga oladi:

▪ sug'urta shartnomasida belgilangan muddatlarda sug'urta mukofotini to'lash;

▪ sug'urta obyektini haqida sug'urtalovchiga to'liq va aniq ma'lumotlar berish;

▪ sug'urta obyektini ko'rib chiqishga imkoniyat yaratish;

▪ sug'urtalovchiga tavakkalchilikdagi sezilarli o'zgarishlar sodir bo'lgan taqdirda darhol xabar berish, masalan quyidagilar haqida:

▪ sug'urtalangan obyektini boshqa shaxs ixtiyoriga o'tishi, mulkni garovga yoki ijaraga berilgani haqida (sotib oluvchi, garovga oluvchi yoki ijarachining nomi va manzilini ko'rsatgan holda);

- mol-mulk joylashgan o‘rning o‘zgargani, inshootni qayta jihozlash, qayta qurish yoki ularni boshqa maqsadlarda ishlatilishi haqida;

- ishlab chiqarish ishlarining to‘xtatilgani yoki faoliyati o‘zgargani haqida;

- mol-mulkning nobud bo‘lishi yoki zararlangani haqida, (zararlar qoplanishi mumkin yoki mumkinmasligidan qat’iy nazar);

- sug‘urtalangan binoda yoki unga aloqador bo‘lmagan yaqin joyda yong‘indan xavfli, portlovchi yoki boshqa narsalarning saqlanishi haqida;

- sug‘urta qildiruvchi talabga ko‘ra sodir bo‘lgan hodisa haqida tegishli davlat organlariga darhol xabar berish shart. Sodir bo‘lgan voqea yuzasidan jinoiy ish qo‘zg‘atilganligi, to‘xtatilganligi yoki ishning sudga oshirilganligi haqida tergov organlari tomonidan tasdiqlangan qarorlarning nusxasini sug‘urtalovchiga taqdim etishi zarur;

Sug‘urta qildiruvchi sug‘urtalovchiga zararlangan mol-mulkni ko‘zdan kechirish uchun imkoniyat yaratish yoki mol-mulkning zararlangan qismlarini suratga yoki videotasvirga olib berishda amaliy ko‘mak berishi lozim.

Sug‘urtalangan mol-mulkning sharoitini shartnomaning amal qilish muddati davomida hamda sug‘urta qildiruvchi tomonidan sug‘urtalangan mol-mulk haqida taqdim etilgan ma’lumotlarni tekshirishga sug‘urtalovchiga imkoniyat yaratish.

Shartnomada sug‘urtalovchining huquqlari ham ko‘rsatiladi. Ular jumlasiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- ❖ sug‘urta shartnomasining amal qilish muddati davomida sug‘urtalangan mol-mulkning ahvoli va qiymatini hamda sug‘urta qildiruvchi tomonidan sug‘urtalangan mol-mulk haqida taqdim etilgan ma’lumotlar to‘g‘riligini tekshirish;

- ❖ sug‘urta hodisasi yuz bergani haqida sug‘urta qildiruvchining xabar berishini kutmasdan sug‘urta hodisalari oqibatida yetkazilgan zararlarni ko‘rib chiqish va baholashni boshlash;

- ❖ sug‘urta hodisasi yuz berganda tavakkalchilik darajasini ifodalovchi qo‘shimcha hujjatlarni talab qilish;

❖ sug'urta hodisasi sodir bo'lgani va uning kelib chiqish sabablarini tasdiqlovchi kerakli hujjatlar va to'liq ma'lumotga ega bo'lmagunga qadar hamda voqea yuzasidan jinoiy ish qo'zg'atilganida tegishli tashkilotlar tomonidan tegishli qaror qabul qilingunga qadar sug'urta qoplamasi to'lashni keyinga surish;

❖ sug'urta tavakkalchiligining darajasi oshishiga olib keladigan sabablar haqida ogohlantirilgan taqdirda sug'urta shartlarini o'zgartirish;

❖ sug'urta hodisasi yuz berish ehtimolini kamaytirishga qaratilgan ogohlantiruv tadbirlarini o'tkazish va tegishli mablag'lar bilan ta'minlash.

Sug'urtalovchining majburiyatlari doirasiga quyidagilar kiradi:

▪ sug'urta shartnomasida belgilangan muddatda sug'urta polisini berish va sug'urta shartnomasi tuzishda asoslanilgan sug'urta qoidalari bilan tanishtirish;

▪ sug'urta shartnomasida belgilangan sug'urta hodisasi yuz berganini tan olganidan va kerakli barcha ma'lumotlarga ega bo'lganidan so'ng sug'urta qoplamasi to'lash muddatlari har bir alohida sug'urta shartnomasi shartlardan kelib chiqqan holda belgilanadi;

▪ sug'urta qoplamasi to'lanmaydigan bo'lsa, to'lamaslik haqida qaror qabul qilinganidan boshlab 15 kun mobaynida sug'urta qildiruvchini xabardor qilish;

▪ sug'urta qildiruvchi, naf oluvchilar bilan munosabatlardagi maxfiylikni ta'minlash.

Sug'urta shartnomasidagi eng muhim jihatlardan biri unda sug'urta hodisasi sodir bo'lishi natijasida yetkazilgan zararlarni qoplash shartlarining bayon etilishidir.

Sug'urta shartnomasiga asosan sug'urta qildiruvchi sug'urta hodisasi yuz bergani haqida xabar topganidan so'ng darhol bu haqida sug'urtalovchini yoki uning vakilini xabardor qilishi kerak. Agar shartnomada sug'urta hodisasi yuz bergani haqida xabar berishning muddati yoki usullari belgilangan bo'lsa, u holda sug'urta qildiruvchi xabar berishni shartnomada belgilangan muddat va usulda amalga oshirishi kerak. Xuddi shunday majburiyat naf oluvchiga ham agar u uning foydasiga tuzilgan shartnoma yuzasidan sug'urta qoplamasiga da'vo qilish huquqidan foydalanmoqchi bo'lsa, yuklatiladi. Ushbu majburiyat bajarilmasa,

sug'urtalovchi sug'urta qoplamasini agar sug'urtalovchi sug'urta hodisasi yuz bergani haqida o'z vaqtida xabardor qilingani yoki bunday ma'lumotlarning yo'qligi sug'urtalovchini sug'urta qoplamasi to'lash majburiyatidan ozod qilishi isbotlanmasa, to'lamaslikka haqlidir.

Sug'urta qildiruvchi sug'urta qoplamasini to'lash haqidagi arizasida quyidagilarni ko'rsatadi:

- ✓ sug'urta hodisasining tavsifi va sanasi;
- ✓ sug'urta qildiruvchining sug'urta hodisasi yuz bergandagi xatti-harakatlari;
- ✓ zarar miqdori va sug'urta qildiruvchining da'vo qilayotgan sug'urta qoplamasining miqdori, tegishli ro'yxat hamda summasi ko'rsatilgan holda;
- ✓ uchinchi shaxslardan zarar uchun olingan tovon miqdori.

Sug'urta qildiruvchi sug'urta shartnomasida ko'zda tutilgan sug'urta hodisasi yuz berganda o'tkazilishi mumkin bo'lgan zarar miqdorini kamaytirish uchun mumkin bo'lgan oqilona choralarni ko'rishga majbur. Sug'urtalovchi tomonidan qoplanadigan zararlar miqdorini kamaytirish maqsadida qilingan xarajatlar, agar bu xarajatlar zarur yoki sug'urtalovchining topshirig'ini bajarish uchun qilingan bo'lsa, ammo bu chora-tadbirlar samara keltirmagan bo'lsa ham sug'urtalovchi tomonidan zarar albatta qoplanishi zarur. Bu xarajatlar sug'urta pulining sug'urta qiymatiga nisbatiga mutanosib tarzda, boshqa zararlarni qoplash bilan birgalikda ular sug'urta pulidan oshib ketishidan qat'iy nazar qoplanadi. Sug'urta qoplamasi sug'urta qildiruvchining zararni qoplash haqidagi yozma arizasiga hamda vaziyat talab qilgan hollarda tegishli organ va tashkilotlarning hujjatlariga muvofiq to'lanadi.

Sug'urta qildiruvchi tomonidan sug'urta hodisasi yuz bergani haqida xabar qilinganidan so'ng sug'urta qildiruvchi, sug'urtalovchi va zarur hollarda tegishli tashkilotlar vakillaridan iborat komissiya tuziladi. Agarda sug'urta hodisasi sug'urta shartnomasida ko'rsatilgan muddat davomida yuz bergani tasdiqlansa, komissiya tomonidan zararlarning sababi va hajmi ko'rib chiqiladi, zararlar va yo'qotishlar miqdori aniqlanadi, sug'urta qoplamasi to'lash uchun summa aniqlanadi va dalolatnomada qayd qilinadi. Ushbu dalolatnoma sug'urtalovchining

sug'urta qildiruvchiga sug'urta shartnomasida belgilangan muddatda qoplama to'lashiga asos bo'lib xizmat qiladi.

Agar tomonlar zararining sababi va hajmi yuzasidan o'zaro kelisha olishmasa, u holda mustaqil ekspertiza o'tkazilishi mumkin. Sug'urta qoplamasi sug'urta summasidan kam miqdorda to'langan sug'urta shartnomasi, shartnomadagi va to'langan sug'urta qoplamasi o'rtasidagi farq miqdori muddati tugagunga qadar o'z kuchini saqlab qoladi. Agar zarar uning sababchisi tomonidan butunlay qoplangan yoki sud qaroriga binoan uning zimmasiga yuklatilgan bo'lsa, u holda sug'urta qildiruvchi sug'urta qoplamasini talab qilish huquqidan mahrum bo'ladi.

Agar sug'urta qildiruvchi yoki naf oluvchi zarar sababchisi yoki uchinchi shaxslardan qoplama olgan bo'lsa, sug'urtalovchi faqat sababchi yoki uchinchi shaxs tomonidan to'langan qoplama bilan sug'urta shartnomasiga muvofiq to'lanishi kerak bo'lgan pul o'rtasidagi farqni to'laydi. Agar mulkning yo'q bo'lishi yoki zararlanishi jinoyat natijasida yuz bersa va bu jinoyatni sodir etgan shaxsga nisbatan jinoiy ish qo'zg'atilgan bo'lsa, u holda sug'urta qildiruvchiga sug'urta qoplamasi, aybdor shaxsga berilgan da'vo regressi sud tomonidan jinoiy ish ko'rilayotganda ko'rib chiqilishi mumkinligini e'tiborga olgan holda, tergov olib borilayotgan davrda yoki tergov tugagandan so'ng to'lanishi mumkin.

Qoplama miqdori mulk zararlanganda uni almashtirish qiymati bilan, u butkul nobud bo'lganda esa ro'yxatda ko'rsatilgan haqiqiy qiymati bilan chegaralanadi. Ammo sug'urta qoplamasining umumiy miqdori sug'urta shartnomasidagi umumiy sug'urta pulidan yoki har bir band bo'yicha javobgarlik limitidan oshib ketmasligi kerak. Agar sug'urta shartnomasida nazarda tutilgan bo'lsa sug'urtalovchi qoplamani sug'urta shartnomasida belgilangan franshizani hisobga olgan holda to'laydi.

Sug'urtalovchining sug'urta qoplamasi to'lamaslik haqidagi qarori to'g'risida sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi)ga ularning sug'urta qoplamasi to'lash haqidagi murojaatidan boshlab 15 kun mobaynida xabar berilishi kerak. Xabarnomada rad etishning sabablari ko'rsatilishi lozim.

Sug'urtalovchining sug'urta qoplamasini yoki sug'urta pulini to'lamaslik

haqidagi qaroriga sudga da'vo arizasini bergan holda e'tiroz bildirilishi mumkin. Agar sug'urta shartnomasida boshqacha tartib belgilanmagan bo'lsa, sug'urtalash natijasida qoplangan sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi)ning zarar keltirgan shaxsga bo'lgan da'vo huquqi sug'urta qoplamasini to'lagan sug'urtalovchiga u to'lagan pul doirasida o'tadi. Biroq ataylab zarar yetkazgan shaxsdan da'vo qilish huquqi sug'urtalovchiga o'tishini inkor etuvchi sug'urta shartnomasining sharti kuchga ega emas.

Sug'urtalovchiga o'tgan da'vo huquqi sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) va zarar uchun javobgar shaxs o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi qoidalarga amal qilingan holda amalga oshiriladi. Sug'urtalovchiga o'tgan da'vo huquqini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha hujjatlar, dalillar va boshqa ma'lumotlarni sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) sug'urtalovchiga taqdim etishga majbur. Agar sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) zarar uchun javobgar shaxsga bo'lgan sug'urtalovchi tomonidan qoplangan zarar uchun da'vo huquqidan voz kechsa yoki uning aybi tufayli da'vo qilishning iloji bo'lmasa, sug'urtalovchi sug'urta qoplamasini butunlay yoki tegishli qismini to'lamaslik va to'langan sug'urta qoplamasining ortiqcha qismi qaytarilishini talab qilish huquqiga ega.

Agar sug'urta qildiruvchi qayta tashkil qilinsa, uning sug'urta shartnomasi bo'yicha xuquq va majburiyatlari qonuniy vorisiga o'tadi va bu haqida sug'urta qildiruvchi (naf oluvchi) sug'urtalovchini yozma ravishda xabardor etadi. Sug'urta shartnomasi bo'yicha huquq va majburiyatlarni uchinchi shaxslarga o'tkazish tomonlarning yozma roziligisiz amalga oshirilishi mumkin emas. Har bir sug'urta shartnomasiga har bir sug'urta hodisasi natijasida ko'rilgan har bir zarar yoki hamma zararlar bo'yicha shartsiz franshiza/shartli franshiza qo'llaniladi. Franshiza miqdori tomonlar bilan kelishiladi va sug'urta shartnomasida ko'rsatiladi. Tomonlar fors-major shartlari davrida sug'urta shartnomasi bo'yicha o'z majburiyatlarini qisman yoki butunlay bajara olmasliklari uchun javobgar emaslar. Fors-major shartlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi: harbiy harakatlar, blokadalar, ishtashlashlar, davlatlararo va davlat tashkilotlarining cheklovchi va taqiqlovchi choralari, sug'urta shartnomalarida ko'rsatilmagan tabiiy ofatlar. Fors-major

shartlari yuz berganda yoki tugaganda tomonlar bir-birini yozma ravishda xabardor qilishlari shart. Fors-major shartlari yuz berganda tomonlarning o'z majburiyatlarini bajarish muddatlari fors-major sharti davom etgan muddatga teng muddatga uzaytiriladi. Sug'urta shartnomasidan kelib chiqadigan barcha nizolar qonunda belgilangan tartibda hal etiladi.

3. Shaxsiy sug'urta turlari bo'yicha sug'urta polislarini sotish texnologiyasi

Hayotni sug'urta qildirish o'z tabiati bo'yicha uzoq muddatli hisoblanadi va sug'urta qiluvchini yoki sug'urta polisini o'zgartirish sug'urta qildiruvchiga yoki sug'urta qildirilgan moliyaviy yo'qotishlarga ziyon yetkazishi mumkin. Hayotni sug'urta qildirish polislarining ko'plab xaridorlari ularning majburiyatlari to'liq bajarilishi bilan shartnomani tezroq yoddan chiqarish va eslamaslikka intiladi.¹²

Hayotni sug'urta qilish shartnomasi yozma shaklda tuziladi. Sug'urtaning har bir turi bo'yicha o'rnatilgan tartibdagi shakl bo'yicha ariza sug'urta shartnomasi tuzish uchun asos bo'ladi. Ariza sug'urta qildiruvchining o'z qo'li bilan, zaruriyat bo'lganda uning iltimosiga ko'ra va so'zlarini e'tiborga olib agent tomonidan to'ldiriladi. Arizada sug'urta qildiruvchining ismi va familiyasi uning pasport ma'lumotlariga tayangan holda ko'rsatiladi, sug'urta qilingan bolaning ismi va familiyasi esa tug'ilganlik to'g'risidagi guvohnoma ma'lumotlariga muvofiq to'ldiriladi. Sug'urta qilish to'g'risidagi arizada ko'rsatilgan hamma savollarga aniq va ravshan javob yozilgan bo'lishi kerak, javoblarning o'rniga chiziqcha qo'yishga yo'l qo'yilmaydi.

Sug'urta qildiruvchidan olingan arizani agent sug'urtalovchiga tekshirish uchun keyingi hisobot kuni topshirishi mumkin. Hayotni sug'urta qilish to'g'risida noto'g'ri to'ldirilgan arizada sug'urtalovchi xatolar mavjudligini aniqlasa, u holda ariza agentga qayta rasmiylashtirish uchun topshiriladi.

Hayotni aralash va nikoh sug'urtasi bo'yicha arizada sug'urta qildiruvchining tug'ilgan yili emas, balki ariza bergan paytda necha yoshda ekanligi, ya'ni 25 yosh

¹² Insuranc: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insuranc Institut, Great Britain, 1993, 322pp

va hokazo yoziladi. Hayotning aralash sug'urtasi bo'yicha shartnoma muddati rasmiylashtirilayotganda arizada sug'urta qildiruvchining xohishiga ko'ra 5, 10, 15 yoki 20 raqamlari yozib qo'yiladi. Bu muddat shunday belgilanadiki, shartnoma muddati tugaganda sug'urta qildiruvchining yoshi sug'urtalovchi tomonidan o'rnatilgan limitdan oshib ketmasligi kerak. Nikoh va bolalar sug'urtasi bo'yicha shartnoma tuzilayotganda bolalarning yoshi ariza bergan kun bo'yicha to'liq yillarda yoziladi. 6 oyga yetmagan bolalarning foydasiga sug'urta shartnomasi tuzilayotgan holatlar bundan mustasno. Agar bolaning yoshi 6 oyga yetmagan bo'lsa, sug'urta qilish to'g'risidagi arizada uning yoshi 1 oy, 3 oy yoki 5 oy deb yozib qo'yiladi. Bolaning yoshi 3-11 oy bo'lsa, u holda sug'urta qilish to'g'risidagi arizada bolaning yoshi 1 yosh deb ko'rsatiladi. Shuni alohida ta'kidlash lozimki, bolalarni va nikoh sug'urtasida bolalarning yoshi ariza to'ldirilayotgan kunda sug'urtalovchi tomonidan o'rnatilgan limitdan oshib ketmasligi zarur.

Agent shuni yodida saqlashi kerakki, nikoh sug'urtasi va bolalarni sug'urta qilish shartlari bo'yicha shartnoma muddatini to'g'ri belgilash bolaning yoshini arizada aniq ko'rsatishga chambarchas bog'liq. Buning sababi shundaki, mazkur sug'urta turlari bo'yicha shartnoma muddatlari bolaning yoshi va uning 18 yoshga to'lishi o'rtasidagi farq sifatida ko'rsatiladi.

1-misol. 2015-yil yanvar oyida tug'ilgan bolaning foydasiga sug'urta qilish bo'yicha ariza 2015-yil iyun oyida berildi. Ya'ni ariza berilgan kunda bola 5 oylik bo'lgan. Bolalarni sug'urta qilish bo'yicha shartnoma tuzilayotganda arizada bolaning yoshi "5 oy" deb ko'rsatiladi, shartnomaning amal qilish muddati esa 18 yil deb ko'rsatiladi. Nikoh sug'urtasi bo'yicha shartnomani rasmiylashtirayotganda ariza bolaning yoshini "1 yosh", shartnoma muddatini esa 17 yil, deb ko'rsatish zarur.

2-misol. 2015-yil iyun oyida sug'urta qilish to'g'risida berilgan arizada qayd etilganki, bola 2014-yil mart oyida tug'ilgan. Ko'rinib turibdiki, bolaning yoshi 1 yilu 3 oyga teng. Bolalarni sug'urta qilish bo'ladimi yoki nikoh sug'urtasi bo'ladimi, bundan qati'y nazar shartnomada bolaning yoshi 2 yosh, deb ko'rsatiladi va shartnoma muddati 16 yil, deb belgilanadi.

Hayotni sug'urta qilish bo'yicha berilgan arizada sug'urtaning boshlanish muddati sug'urta qildiruvchi tomonidan sug'urta mukofotini to'lash majburiyati olingan oy yoki sug'urta mukofoti naqd pul shaklida to'langan oyning 1-sanasi hisoblanadi. Shartnomaning tugash muddati esa shartnoma amalda bo'lgan oxirgi yilga tegishli oyning so'ngi sanasi hisoblanadi.

Misol. 2015-yil 15 iyunda sug'urta qildiruvchi 5 yil muddatga hayotning aralash sug'urtasi bo'yicha ariza berdi va sug'urta mukofotining dastlabki qismini shu oyda to'ladi. Bunday holatda sug'urta shartnomasining amal qilish muddati 2015-yil 1-iyun, tugash muddati esa 2014-yil 31-may deb hisoblanadi.

Agar sug'urta qilish to'g'risidagi ariza sug'urta qildiruvchi ishlayotgan tashkilotda sug'urta mukofotlarini ushlab qolish bo'yicha ro'yxat berilgan kundan keyin taqdim etilgan bo'lsa va unda sug'urta qildiruvchi sug'urta mukofoti yoki uning bir qismini naqd pulsiz shaklda amalga oshirish majburiyatini olgan bo'lsa, sug'urta qilish to'g'risidagi arizada sug'urta mukofotining dastlabki qismi ariza berilgan oydan ushlab qolinadi, deb ko'rsatmaslik zarur. Bunday holatda sug'urta muddati keyingi oyning birinchi sanasidan boshlanadi.

Misol. 2015-yil 20-mayda berilgan arizada sug'urta qildiruvchi sug'urta mukofotlarini naqd pulsiz shaklda to'lashini bayon etgan. Ushbu sug'urta qildiruvchi ishlayotgan tashkilotda sug'urta mukofotlarini ushlab qolish to'g'risidagi ro'yxatni sug'urta agenti tomonidan taqdim qilish muddati 2015-yil 8-may sanasi belgilangan. Tabiiyki, bu sana sug'urta mukofotlarini ushlab qolish to'g'risidagi agent tashkilotga taqdim etgan ro'yxat berilgan kundan o'tib ketgan. Shu tufayli, 2015-yil 20-mayda berilgan ariza bo'yicha sug'urta muddati 2015-yil 1-iyundan boshlanadi. Arizaning "dastlabki mukofotni 20__ - _____ da to'lash majburiyatini olaman" degan qismida "iyun" oyi ko'rsatilishi zarur.

Sug'urta qildiruvchi sug'urta mukofotlarini sug'urta shartnomasining butun amal qilishi davomida qisman yoki bir marotaba to'liq to'lashi mumkin. Hayotni sug'urta qilishda oylik sug'urta mukofotlari tegishli sug'urta qilish qoidasiga ilova qilingan jadvalga muvofiq aniqlanadi. Bu summa sug'urta qilish to'g'risidagi arizada yalpi sug'urta summasiga nisbatan sumda ko'rsatiladi. Sug'urta qildiruvchi

tomonidan to'lanadigan oylik sug'urta mukofotlari miqdorini aniqlashda sug'urta agenti e'tiborli bo'lishi talab etiladi. Oyda bir marotaba to'lanadigan sug'urta mukofoti miqdorini noto'g'ri hisoblash, pirovardida sug'urta qildiruvchi tomonidan sug'urta mukofotlarini to'liq to'lamaslikka yoxud kelishilgan sug'urta summasidan ortiqcha to'lab yuborishga sabab bo'lishi mumkin.

Sug'urta qildiruvchi tomonidan to'lanadigan bir marotabalik mukofot sug'urtaning turi, muddati, sug'urta summasi va sug'urta qildiruvchining yoshini hisobga olgan holda aniqlanadi (bolalarni sug'urta qilishda – bolaning yoshi, nikoh sug'urtasida esa bolaning va sug'urta qildiruvchining yoshi) va faqat naqd pul ko'rinishida olinadi.

Agar sug'urta qildiruvchida sug'urta qilish to'g'risidagi arizani rasmiylashtirish kunida ayni shu sug'urta turi bo'yicha shartnoma mavjud bo'lsa, u holda arizada ushbu shartnoma bo'yicha sug'urta summasi qancha miqdorni tashkil etganligi albatta ko'rsatilishi shart. Agentga shu narsa ma'lum bo'lishi kerakki, sug'urtalovchi bir shaxs bilan hayotni sug'urta qilishning u yoki bu turi bilan mustaqil sug'urta shartnomasini tuzishi mumkin.¹³

Hayotni aralash sug'urtasi bo'yicha tuzilgan shartnomaga asosan sug'urta qildiruvchi o'zi vafot etgan taqdirda sug'urta summasini olish uchun o'ziga qarindosh bo'lgan yoki qarindosh bo'lmagan har qanday shaxsni yoki bir necha shaxslarni naf oluvchi sifatida tayinlashi mumkin. SHunday bo'lishiga qaramasdan, sug'urta qildiruvchiga agar u vafot etgan taqdirda sug'urta summasini olish huquqiga ega bo'lgan shaxs sifatida qarindoshlarni tayinlashni tavsiya etish zarur. Bu shubhasiz sug'urta summasini olishda ortiqcha muammolar kelib chiqishini oldini oladi. Agar sug'urta qildiruvchi vafot etgan taqdirda sug'urta summasini olish huquqiga ega shaxs sifatida yaqin qarindoshlari ko'rsatiladigan bo'lsa, u holda uning sug'urta qildiruvchiga qarindoshchilik munosabati (eri, xotini, qizi, ug'li va boshqalar) aniq ko'rsatilishi kerak. Agar sug'urta agenti ishtirokida tuzilgan shartnoma bo'yicha sug'urta qildiruvchi vafot etgan taqdirda

¹³ Insuranse: Principies and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insuranse Institut, Great Britain, 1993, 25pp

mazkur sug'urta agenti sug'urta summasini olish huquqini beruvchi shaxs sifatida tayinlanishi mumkin emas.

Arizaning "Sug'urta mukofotini _____ to'layman" deb nomlangan qatorida sug'urta qildiruvchi aniq tanlashi lozim, ya'ni sug'urta mukofotini "naqd pulsiz hisob-kitob yo'li bilan" yoki "naqd pul bilan" to'lashini aniq yozishi kerak. Sug'urta agentining aniq bilishi kerak, barcha toifadagi sug'urta qildiruvchilar sug'urta mukofotlarini naqd pul shaklida ham, naqd pulsiz shaklda, ham to'lashlari mumkin. Sug'urta mukofotlarini naqd pulsiz shaklda to'lash imkoniyati bo'lsa, arizada agent sug'urta qildiruvchi tashkilotida ish haqi qachon berilishi va undan sug'urta mukofoti ushlab qolinishini ko'rsatishi kerak. Sug'urta qilish to'g'risidagi ariza sug'urta qildiruvchi tomonidan imzolanishi zarur. Arizaga imzo qo'yishdan oldin agent sug'urta qildiruvchidan yana bir bor arizadagi ma'lumotlarning to'liqligi va to'g'riligiga e'tibor qaratishini tavsiya etishi zarur.

Hayotni sug'urta qilish bo'yicha polislarning yozilishi. Hayotni sug'urta qilish bo'yicha polislar sug'urta agentlari tomonidan sug'urta qildiruvchilarning arizasiga asosan yoziladi va sug'urtalovchi rahbari yoki vakolatli shaxs ularni imzolaydi. Sug'urta agentlari polislarni imzolash huquqiga ega emaslar. Agentlar sug'urta polisini faqatgina o'zlari uchun ajratilgan grafasidagi "Sug'urta agenti (f.i.sh., imzo)_____".degan joyga imzo qo'yishlari mumkin.

Sug'urta polisidagi barcha rekvizitlar sug'urta qilish to'g'risidagi arizada keltirilgan ma'lumotlarga asoslanib to'ldiriladi. Sug'urta polisiga tuzatishlar kiritishga yo'l qo'yilmaydi. Sug'urta polisini yozishda xatoliklarga yo'l qo'yilsa, bunday holatda mazkur sug'urta polisiga buzilgan, degan yozuv yoziladi va u yangisi bilan almashtiriladi.

Shartnoma bo'yicha sug'urta mukofoti bir marotaba to'liq to'langan taqdirda sug'urta polisi sug'urta agenti tomonidan mukofot to'langanligini tasdiqlovchi kvitansiya nusxasi yoki sug'urta mukofotini tijorat banki kassasiga to'langanligini asoslovchi to'lov topshiriqnomasi nusxasi sug'urtalovchiga taqdim etilgandan so'ng sug'urta polisi imzolanadi. Sug'urta qildiruvchi yoki uning topshirig'iga

asosan boshqa shaxs u uchun sug'urta mukofotini naqd pul shaklida to'lagan holda unga tegishli kvitansiya beriladi. Agar sug'urta mukofoti bir necha oylar uchun to'lanadigan bo'lsa, unda har bir to'langan mukofot uchun sug'urta qildiruvchiga alohida kvitansiya beriladi. Kvitansiyaning barcha rekvizitlari aniq va tuzatishlarsiz to'ldirilishi shart.

Agent shunga alohida e'tibor qaratishi lozimki, sug'urta mukofotini to'lash bo'yicha kvitansiya to'ldirayotganda "Fuqaro _____ dan _____ sum olindi" degan qatorga sug'urta qildiruvchining topshirig'iga ko'ra sug'urta mukofotini to'lagan shaxsning yoki sug'urta shartnomasi foydasini ko'zlab tuzilgan bolaning emas, balki sug'urta qildiruvchining familiyasi, ismi va otasining ismi to'liq hamda aniq yozilishi kerak. Hayotni sug'urta qilish to'g'risidagi shartnomalar sug'urtalovchining sug'urta to'g'risidagi arizalarini hisobga olish kitobida ro'yxatga olganlaridan so'ng agent tomonidan hayotni sug'urta qilish bo'yicha to'langan sug'urta mukofotlarini hisobga olish jurnalida yoziladi. Jurnalda agent sug'urta mukofotining naqd pulsiz yoki naqd pulda to'langanligini qayd etishi lozim. Jurnal so'ngida agent naqd pul shaklida to'langan sug'urta mukofotlari bo'yicha shartnomalar to'g'risidagi ma'lumotlarni yozish uchun bir necha varaq qoldirishi kerak. Sug'urta mukofoti naqd pul shaklda to'langan bo'lsa, u holda jurnalga agent bir paytning o'zida sug'urta qildiruvchiga kvitansiya berilganligini ham qayd etib qo'yishi lozim. Sug'urtalovchiga o'z faoliyati bo'yicha hisobot taqdim etayotganda sug'urta agenti unga sug'urta mukofotlari tushumining to'g'riligini tekshirishi uchun tegishli jurnalni ham taqdim etadi.

Naqd pulsiz hisob-kitob yo'li bilan sug'urta mukofotini bir oy oldin to'lamoqchi bo'lgan har bir sug'urta qildiruvchidan sug'urta agenti yozma ravishda rozilik olishi kerak. Sug'urta qildiruvchining roziligi olingandan so'ng sug'urta agenti uning familiyasini sug'urta mukofotlarini ushlab qolingani to'g'risidagi ro'yxatga mukofot qaysi oy uchun to'langanligini ko'rsatgan holda yozishi zarur. Sug'urta qildiruvchining rozilik xati sug'urta mukofoti ushlab qolingani to'g'risidagi ro'yxat bilan birga sug'urtalovchida saqlanadi. Ikki oy uchun mukofot

ushlab qolingani oydan keyingi oydan boshlab agent sug'urta qildiruvchidan navbatdagi oy uchun sug'urta mukofotini oladi va keyinchalik ham muntazam tarzda bir oy oldin sug'urta mukofotlarini yig'ib boradi.

Sug'urta mukofotlarini to'lash ustidan nazorat olib borish. Sug'urta agenti sug'urta qildiruvchi tomonidan mukofotlarni naqd pul yoki naqd pulsiz shaklda o'z vaqtida to'lanayotganligi ustidan doimiy nazorat o'rnatish bilan bir qatorda agentlik bitimida belgilangan muddatlarda sug'urtalovchiga hayotni sug'urta qilishning shartnomalari to'g'risidagi barcha ma'lumotlarni, xususan, ikki oy ketma-ket to'lanmagan sug'urta mukofotlari bo'yicha ham ma'lumotlarni sug'urtalovchiga taqdim etib borishi lozim. Agar nikoh sug'urtasi bo'yicha sug'urta mukofoti ketma-ket to'lanmasligining sababi sug'urta qildiruvchining vafot etganligi bo'lsa, u holda sug'urta agenti sug'urta shartnomasi kimning foydasini ko'zlab tuzilgan bo'lsa, o'sha shaxsdan yoki uning qonuniy vakilidan (otasi, onasi, vasiy) sug'urta polisini, FHQD tomonidan olingan sug'urta qildiruvchining vafot etganligi to'g'risidagi guvohnomani (notarial tartibda tasdiqlangan uning nusxasini), agar oxirgi sug'urta mukofoti naqd pul shaklida to'langan bo'lsa, uning kvitansiyasini hamda o'rnatilgan shakldagi arizani olishi shart.

Sug'urta shartnomasining amal qilish muddati tugagan holda va sug'urta qildiruvchiga sug'urta summasi to'liq to'langandan so'ng agent jurnalga tegishli ma'lumotni, ya'ni sug'urta shartnomasi muddati tugaganligini qayd etishi lozim. Bu keyinchalik mazkur sug'urta qildiruvchidan, agar u sug'urta mukofotini naqd pul shaklida to'layotgan bo'lsa uni undirmaslik, agar sug'urta mukofoti pul o'tkazish yo'li bilan to'lanayotgan bo'lsa, sug'urta qildiruvchi tashkilot ishlayotgan tashkilotga taqdim etilayotgan ro'yxatga uning familiyasini kiritmaslik uchun zarur bo'ladi. Shundan so'ng agent sug'urtalovchiga shartnoma muddati tugayotgan sug'urta qildiruvchilar ro'yxatini topshiradi.

Sug'urta qildiruvchi shartnoma muddati tugashi munosabati bilan sug'urta summasini olish bo'yicha sug'urtalovchiga ariza beradi. Bunda undan sug'urta mukofoti to'lash talab etilmaydi.

Sug'urta shartnomasi muddati tugashidan 1 oy oldin sug'urta agenti sug'urtalovchiga shartnoma muddati tugayotgan sug'urta qildiruvchilar to'g'risidagi ro'yxatni beradi. Mana shu muddat ichida agent shartnoma tugayotgan barcha sug'urta qildiruvchilar bilan bevosita uchrashib, ulardan sug'urta polisini va so'nggi marta to'langan sug'urta mukofoti kvitansiyasini (agar sug'urta mukofoti naqd pul shaklda to'langan bo'lsa), sug'urta summasini bankda ochilgan hisob raqamiga o'tkazishini so'rab yozilgan arizasini (agar sug'urta mukofoti naqd pulsiz shaklda to'langan bo'lsa) olishi shart.

Nazorat savollar:

1. Sug'urta polisi qanday hujjat.
2. Sug'urta polisi o'zida qanday ma'lumotlarni qamrab oladi.
3. Sug'urtalanuvchi sug'urta polisini yo'qotganda sug'urta polisi qanday tartibda beriladi.
4. Sug'urtalanuvchiga sug'urta polisi qachon taqdim etiladi.
5. Sug'urta shartnomasi kimlar o'rtasida tuziladi.
6. Sug'urta shartnomasi qaysi hollarda muddatidan oldin bekor etiladi.
7. Sug'urta shartnomasi qaysi hollarda o'z kuchiga ega hisoblanmaydi.
8. Sug'urta shartnomasida qanday ma'lumotlar o'z aksini topadi.

3-mavzu: Sug'urta mahsulotini sotishda vositachilar xizmatidan foydalanish texnologiyasi

1. Sug'urta mahsulotini sotishda vositachilar tasnifi

Sug'urta mahsulotlarini sotishda sotuvchi va xaridorlar o'rtasida sug'urta agentlari va sug'urta brokerlari sug'urta vositachilari bo'lib xizmat qiladilar. Ular garchi qiziqishlari har xil bo'lsa ham bor kuchlarini sug'urta shartnomasi tuzishga yo'naltiradilar.

Hozirgi kunda vositachilar orqali polislar xarid qilish ko'pchilik mamlakatlarda va aksariyat odamlar uchun eng umumiy tendensiya hisoblanadi. Sug'urta vositachisining, boshqa sohalardagi, aytaylik, savdo sohasidagi vositachilardan farqi shundan iboratki, u hech qanday zaxira qilinmaydi va keyinchalik sotish uchun oldindan zaxira jamlab qo'ymaydi.¹⁴ Zamonaviy sug'urta bozori ko'p sonli sug'urtalovchilar va operatsiyalar hajmining ko'pligi, sug'urta faoliyatidagi mavjud yo'nalishlarning rivojlanishi va yangi yo'nalishlarning vujudga kelishi, raqobatning kuchayishi va milliy bozorga xorijiy sug'urtalovchilarning kelishi bilan xarakterlanadi. Bunday sharoitlarda sug'urtalovchilarning sug'urta mahsulotlarining sotuvini ta'minlashda sug'urta vositachilarining ahamiyati katta. Sug'urta bozori infrastrukturasi shakllantirish va sug'urta xizmatlarini taraqqiy ettirishda ularga alohida xizmat yuklatiladi. Garchi sug'urta vositachilari sug'urta shartnomasining ishtirokchilari bo'lmasalar ham sug'urtalovchidan sug'urta qiluvchiga ko'rsatiladigan sug'urta xizmatlari: sug'urta shartnomasining ijroga muvofiqligi, shartnoma tuzilish bosqichlarida sug'urta qildiruvchiga maslahat ko'magi berish, sug'urta shartnomasining bajarilishi, modifikatsiyasi (shaklining va turining o'zgartirilishi) va shartnomaning tugatilishi hamda qaytadan sug'urta shartnomasi tuzishda ishtirok etish ularning vazifasiga kiradi.

Modomiki, sug'urta bozori turli sug'urta kompaniyalari, ularning sug'urta

¹⁴ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993

mahsulotlari va shartlarining son-sanoqsizligi bilan ifodalanar ekan, sug'urta vositachilari sug'urta qildiruvchiga unga mos sug'urta mahsulotini tanlashda yordam beradi. Vositachi mijozga mavjud xizmatlar to'g'risida ma'lumot beradi, tavsiya qiladi va maslahat beradi, sug'urtalashning kutilayotgan variantlari bilan sug'urta qildiruvchini ta'minlaydi. Sug'urtalash va qayta sug'urtalashda sug'urta agentlari, sug'urta brokerlarining faoliyati sug'urtalovchi va sug'urta qildiruvchining qiziqishlari asosida amalga oshiriladi va ularga sug'urta qildiruvchiga sug'urtalovchi (qayta sug'urtalovchi) xizmatlarini tanlashda, sug'urta (qayta sug'urtalash) shartlari, sug'urta (qayta sug'urtalash) shartnomasini rasmiylashtirish, tuzish va qaytadan tuzilgan sug'urta shartnomasi hamrohligida unga kiritiladigan o'zgarishlar, sug'urta to'lovini talab qilish tartibi va hujjatlarni rasmiylashtirish, sug'urtalovchi (qayta sug'urtalovchi) bilan o'zaro ta'siri, maslahat faoliyatini amalga oshiradi

Bunda agent va brokerlar ularga yuklatilgan majburiyatlarning bajarilishi yoki bajarilmasligi, shuningdek, sug'urtalovchining tijorat sirini oshkor qilmaslikka, sug'urta qildiruvchilarning shaxsiy ma'lumotlari haqida, ma'lumot va hujjatlarning to'g'riligi, xolisligi, mukammalligi va o'z vaqtida taqdim etilishi, ularga berilgan vakolatlarning bajarilishiga mas'uldirlar.

Sug'urta brokeri bilan xizmat ko'rsatish shartnomasi tuzilayotganda sug'urtalovchi broker tomonidan ko'rsatiladigan xizmat turlari, uning huquqi, majburiyatlari, shartnomaning bajarilish tartibi, uning amal qilish muddati, broker tomonidan olingan sug'urta (qayta sug'urtalash) shartnomasi uchun sug'urtalovchilarga o'tkaziladigan pul mablag'larining muddati va tartibini kiritgan holda hisob-kitob qilish tartibi, xizmat narxlari (sug'urta brokerining mukofot miqdori)ni belgilaydi. Bunda sug'urta brokerining majburiy sug'urta bo'yicha komission haqi sug'urta mukofotining 10%dan oshmasligi kerak. Bundan tashqari broker bir shartnoma bo'yicha ko'rsatilgan xizmat uchun ham sug'urtalovchidan, ham sug'urta qildiruvchidan mukofot olishga haqli emas. Broker sug'urtalovchini kimning manfaatlari asosida harakat qilayotganidan xabardor qilishga majbur.

Majburiy sug'urtalash natijasi sifatida vujudga kelgan aloqalar vositachi

tomonidan o'z biznesini yanada rivojlantirish uchun foydalaniladi. Katta ishlab chiqarish tijorat risklarini sug'urta qilish oson kechmaydi. Vositachi bir tomondan, mijozlar izlab topishiga to'g'ri keladi, boshqa tomonidan esa – u mijozlar ehtiyoj sezadigan zarur sug'urta qoplami taklif qilishi mumkin bo'lgan sug'urta qiluvchilar bilan aloqa qilishi lozim.¹⁵

Vositachilarning asosiy turlarini ko'rib chiqamiz. Sug'urtadagi vositachilarni ikkita asosiy toifaga bo'lish mumkin:

- ixtisoslashgan sug'urta vositachilari, sug'urta operatsiyalari ularning asosiy faoliyat turi hisoblanadi (agentlar va brokerlar);

— sug'urta bilan bog'liq bo'lmagan turli sohada faoliyat yurituvchi kompaniyalar ular mahsulotlar va xizmatlarni realizatsiya qilishda sug'urtani qo'shimcha, hamroh bo'ladigan xizmat turi sifatida taklif qiladilar.

4-jadval

Sug'urta vositachilari klassifikatsiyasi¹⁶

Ixtisoslashgan vositachilar		Ixtisoslashmagan vositachilar	
Sug'urta agentlari	Agentlar – jismoniy shaxslar	Avtosalonlar, turistik agentliklar, sport tashkilotlari, sanoat, dam olish va o'yin-kulgi sohasida ishlovchilar, banklar, aloqa salonlari, ko'chmas mulk sohasidagi korxonalar	Pochta bo'limlari, avtosalonlar, supermarketlar, notarial idoralar, meditsina tashkilotlari, yuk tashuvchi kompaniyalar, lizing kompaniyalari va boshqalar
	Agentlar – yuridik shaxslar, chakanaga ixtisoslashgan		
Sug'urta brokerlari	Brokerlar, korporativ sug'urtaga ixtisoslashgan		
	Brokerlar, xoldingga kiruvchi		

Sug'urta agentlarining vazifalariga sug'urtalovchidan sug'urta qildiruvchiga

¹⁵Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993

¹⁶ www.insur-info.ru internet sayti ma'lumotlariga asosan

bo'lgan siljish, sug'urta shartnomasini tuzishda yordam berish, uni bajarishda ko'maklashish kiradi. Agentlarning asosiy vazifalari quyidagilar orqali realizatsiya qilinadi:

- sug'urta qiluvchilarni qidirish va ularga maslahat berish; hujjatlarni rasmiylashtirish va imzolash; sug'urta qildiruvchiga shartnoma asosida xizmat ko'rsatish. Jadvallarga suyangan holda qeyidagilarni ajratish mumkin:

1) sug'urta agentlari — jismoniy shaxslar. Ular sug'urtaning chakana turlarida mayda bitimlarda vositachilik faoliyatini yuritadilar.

Ular birga ishlaydigan insonlar doirasi katta emas, lekin xizmat turlari, qo'shimchani kiritgan holda nihoyatda tor;

2) sug'urta agentlari — yuridik shaxslar. Ular chakana sug'urtalashga ixtisoslashganlar, ularning faoliyatida jismoniy va yuridik shaxslar bilan tuzilgan mayda va kamdan kam uchraydigan bitimlar ko'pchilikni tashkil etadi. Ko'pincha, ular bir nechta sug'urtalovchining vakillari sifatida mukofotlar oladilar va ularning xizmat ko'rsatish doiralari ancha keng.

Barcha agentlarni ikki guruhga ajratishimiz mumkin:

1) Sug'urtalovchi xodimlarining, etirof etilishi xizmat haqi va komisiya agentlarini o'z ichiga olgan holda tashkil etadi. Ularga, doimiy xizmat haqiga ega sug'urta kompaniyasining shtatida turgan sug'urta agentlari kiradi. Bunday paytda ular faqatgina o'zlarining vakolat va komissiya taqdirlovini olgan sug'urta kompaniyalarini taqdim etishlari mumkin. Ularning faoliyati mehnat shartnomasi va ish vazifalarini sug'urtalovchi tomonidan to'liq boshqaralib, nazorat qilinadi. Sug'urta kompaniyasi agentlarni taminlash uchun ta'limga, mehnat unumdorligidan qattiq nazar ish haqini berishga. Doimiy xarajatlar qiladi.

2) Jismoniy va yuridik shaxslar, shartnoma asosida sug'urtalovchining xohish, istaklari bilan tanishtiradi.

Bunday makler agentlar sugurta kompaniyasining shtat ishchilari hisoblanmaydi va ishlari uchun kommissiya taqdirlovini olishadi. Bularga quyidagilar kiradi: Bosh sug'urta agentlari. Bu sotuvchilarning vazifasiga, mijozlar bilan muloqot qilish va tayyor maxsulotni sug'urta kompaniyasiga uzatish kiradi.

Monomandat sug'urta agentlari. Bular maxsus shartnoma asosida faqat bitta kompaniya bilan bog'lanishgan va faqatgina xususiy mijozlarga xizmat ko'rsatadilar. Ularning to'lovlari faqatgina komissiya taqdirlovidan sug'urta mukofotidan tashkil topgan. Bunday agentlar mijozlar bilan doimiy ravishda aloqada, va ular bilan munosabatlari mustahkam, mijozga yangi xizmat haqidagi malumotni tezda yetkazishga imkon beradi.

Ko'p mandatli sug'urta agentlari. Bir qancha yoki bitta sug'urta kompaniyalari bilan ishlash xuquqiga ega va ulardan o'z faoliyatlari uchun mandat qo'lga kiritish imkoniyatlariga egalar. Sug'urtalovchiga qulayligi shundaki, agent barcha sug'urta kompaniyalarining sug'urta mahsulotlarini tavsiya etishi mumkin, shu tarzda sug'urtalovchiga tanlash imkoniyatini yaratib beradi.

Hozirgi kunda vositachilar orqali polislar xarid qilish ko'pchilik mamlakatlarda va aksariyat odamlar uchun eng umumiy tendensiya hisoblanadi.¹⁷

2 Sug'urta mahsulotini agent va brokerlar orqali sotish

Agentlik tarmoqlari orqali sug'urta mahsulotlarini sotish eng samarali kanallardan biri hisoblanadi. Agentlik tarmog'i bu sug'urta agentlarining tashkiliy birlashmasi bo'lib, sug'urta kompaniyalarining xohishiga ko'ra tuziladi.¹⁸ Tarmoq ishi ko'p vazifali, uni yanada unumdorligini oshiradi. Agentlar potensial mijozlarni tasniflash bilan shug'ullanadi, istemolchilar bilan doimiy ravishda bog'lanadi, sug'urta mazmunini va sug'urta xizmati mohiyatini tushintiradilar, mijozning qimmatli tizimlari bilan ish olib boradilar. Ularning ish faoliyatida ko'rinadiki, passiv iste'molchilar bilan ishlashdan ancha farq qiladi va faol savdoni ham taminlaydi.

Agentlik tarmoqlarini qurish bir necha modellari mavjud:

Markazlashtirilgan model. Bunday tizimda aniq agentlar savdo-sotiq ishlari bilan shug'ullanadilar. Shunday qilib, sug'urta kompaniyasining tashkilot tizimida, mustaqil ravishda marketing va maxsus agent savdolarni departamenti hosil

¹⁷ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993

¹⁸ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

boladi. Mazkur model agentlik tarmog'i ustidan markazlashtirilgan boshqaruvni yo'lga qo'yadi, to'plam, talim, sotuvlar rejasining nazorati, daromad va xarajatlar byudjetini tashkil qiladi. Bu diqqatni bir joyga jamlash imkonini beradi va ish faoliyati va vazifalari raxbarining departament zimmasiga yuklanadi.

Jismoniy shaxslarga sug'urta polislarni sotishda bozorni to'g'ri segmentatsiyalash birinchi o'ringa chiqadi. Bir tarafdin to'g'ri segmentatsiyalash mijozlarning ehtiyojlariga binoan xizmat ko'rsatilishiga yordam beradi. Boshqa tarafdin esa bu jarayon katta xarajatlarni talab qiladi. Ularni universal sug'urta mahsulotlarini yaratish evaziga kamaytirish imkoniyati mavjud. Har bir mintaqa o'z talab darajasiga, o'z iste'molchilarining tizim qiymatiga, o'zini tutish xususiyatlariga, xarakteri va xatarlariga, sug'urtalovchi konsentratsiyasiga ega. Jismoniy shaxslarni sotuv darajalari bilan ta'minlash uchun sug'urtalovchi ko'psonli aholi joylashgan hududlarda agentlik ofislariga ega bo'lishi kerak.

Sug'urtalovchi reklama orqali o'zini taqdim ko'rsata olishi lozim, misol uchun matbuotlar orqali.

Umuman olib qaraganda korporativ sug'urtada sug'urtalovchi kamdan kam statsionar sotuv ofislarini tashkil etishadi. Sug'urtachi darajasiga o'tkazilishi lozim bo'lgan o'z faoliyatini olib kelayotgan potensial mijozlar mavjud bulgan mintaqalarda agent tarmoqlar markazlarini tashkil etish juda mos keladi.

Chakana savdoda esa agentlarning ishiga bo'lgan talab juda katta. Agentlik aloqasi qurilayotganda sug'urtalovchi mijoz kimligini va uning talablari qandayligini aniq bilishi kerak. Misol uchun, sotuv burchagini supermarketlarda va katta savdo markazlarda o'rnatish lozim, chunki faol iste'molchi o'z vaqtini asrash maqsadida bunday joylarga tashrif buyuradi. Yoki sug'urtalovchi ish joylarida sotuvlarini boshlashi mumkin. Modelning turidan qat'iy nazar agentlarni tayyorlash uchun sug'urta kompaniyasi katta miqdordagi mablag' ajratadi. Sug'urtalovchi oquv jarayoni sotuv bo'yicha mashqlarni, qarshi fikrlar bilan ishlashni, suhbat jarayonini, guruh va motivatsion tadbirlarni tashkil etadi. O'sha vaziyatlardagi xarajatlar bo'yicha kompensatsiyani agentlarning samarali sotuvlari orqali kafolatlash lozim.

Jamiyat ichidagi aylanadigan ma'lumotlar sug'urta xizmatlarini reklama qilishning eng yaxshi uslubidir. Odatda bunday uslublar kichik va o'rta shaharlar va qishloq xo'jaligi mavjud hududlarga tegishli. Agentlarni hech qanday mijozlar bazasi bilan ta'mirlashining hojati yoq. Buning sababi jamiyatning kichik hududi tufayli barcha moliyaviy imkoniyatlar va sug'urta xizmatiga bo'lgan talablar ochiq va ma'lumdir. Ammo katta shaharlarda o'z ishini olib borayotgan potensial mijozlar haqida ma'lumotlar ancha dolzarb va ma'qul keladi. Bu yerda is'temolchilar segmentatsiyasi hamda ularning imtiyozlari bo'yicha tadqiqot o'tkazilishi va talablarning turli xil darajalariga e'tibor qaratilishi lozim. Shu tariqa agentlik tarmog'i ustidan boshqarish samaradorligini ta'minlansa bo'ladi.

2. Markazlashmagan model. Bunda har xil bo'limlar mavjudligi ko'zda tutilgan. Masalan, ulardan biri agent tarmog'ini rivojlantirish bilan shug'ullanadi, masalan agentlarni tanlash, o'qitish. Boshqasi sug'urta mahsulotlarini sotish bilan shug'ullanadi. Bu modelda, sotuvni rejalashtirish va agentlik tarmog'i ishini bajarish uchun javobgarlik sotuv bilan shug'ullanayotgan, va biron-bir agentlar biriktirib qo'yilgan bo'lim boshlig'i zimmasiga tushadi. Funktsiyalarning bunday bo'linishi bu modelning kuchli taraflarini ko'rsatadi, va bular qatorida tanlovning yuqori sifati va agentlar tayyorlash tizimi, agent tarmog'ini rivojlantirish bo'yicha xodimlarning yuqori qobiliyatini aks ettiradi. Ojiz taraflaridan biri esa bu agent tarmog'ini samaradorligi ustidan ma'suliyatni bir necha bo'limlar orasida bo'lishdadir.

Agentlik tarmoq'i modelini tanlash sug'urta kompaniyasi ishlaydigan segmentiga bog'liq. Korporativ yoki chakana sug'urta xizmatlarini agentlik tarmog'i orqali sotish tizimini tashkillashtirish o'ziga xos xususiyatlarga ega va ular jismoniy va yuridik shaxslarga ko'rsatiladigan xizmatlarga bog'liq bo'ladi.

Korporativ sektorda sug'urta mahsulotlarini sotishning eng muhim xususiyatlaridan biri sug'urta kompaniyasi direktori va xo'jalik subyektlari orasidagi shaxsiy aloqalardan iborat. Aynan xuddi shu aloqalar sifati reklamaga qaraganda samarali sotuvlar garovi hisoblanadi. Sug'urta mahsuloti korxonada

raxbari manfa'atlarini qanchalik hisobga olsa, shartnoma tuzish ehtimoli shunchalik kuchliroq bo'ladi.

Bundan tashqari, agar mijoz sug'urta kompaniyasi bilan har xil aloqalar tizimi orqali bog'liq bo'lsa, u sug'urta mahsulotini katta xohish bilan sotib oladi. Ko'pincha, sotuvlar do'stona va hamkorlik aloqalari kanallari orqali amalga oshiriladi va bu to'g'ridan to'g'ri shaxslararo munosabatlar asosida bo'ladi.

Eng muvaffaqiyatli amerikalik sug'urta agentlaridan biri F.Bettdjer o'z kitobida quyidagilarni ta'kidlaydi, sug'urta shartnomasini tuzishning asosida mijoz bilan uning sug'urtasi to'g'risida emas, balki uning biznesi va muammolari to'g'risida suhbat yotadi. Shunday qilib, sug'urta kompaniyasi vakili sug'urta mahsulotini sotishni emas, balki korporativ mijozga sug'urta xavflarini boshqarish uchun ishonchli vositani taqdim etishi zarur. Buning uchun yangi mijozlarni jalb etish ustida ishlaydigan bo'limlar funksiyalari quyidagilardan iborat: potensial mijozlarni aniqlab ular bilan aloqa qilib turish, shaxslararo aloqalarni o'rnatish, do'stona va hamkorlik aloqalarini o'rnatish, har xil kompleks xizmatlarni ko'rsatish, ehtiyojlarni va sug'urta mahsulotini shakllantirish uchun mijoz talablarini aniqlash, sug'urtani sotib olish zarurligiga ishontirish va noroziliklar ustida ishlash, xavflarni boshqarish masalalari bo'yicha maslahat berish.

Yirik korxonalariga sug'urta mahsulotlarini sotish tizimini tarmoqlar asosida tuzish tavsiya etiladi. Bunga yagona tarmoq institutlari (ittifoqlar, korxonalar) va o'xshash infratizimlarning mavjudligi yordam beradi. Tarmoqlararo sotuv tizimi sug'urtalovchini bir sug'urtalovchidan ikkinchisiga shu tarmoq ichida o'tishini ancha yengillashtiradi. Sug'urtalovchi odatda, kerakli tarmoq korxonalarining ma'lumot bazasiga ega bo'ladi, hamda tarmoq ichidagi xavflar va sug'urtalovchi tanlagan sohadagi baxtsiz hodisalar va zararlar statistikasiga ega bo'ladi. Shu tarzda, u korporativ mijozning shu sohadagi potensial zarar ko'rishi ehtimolini prognoz qilib berishi mumkin. Shuning uchun korxonalariga sug'urta mahsulotlarini aktiv sotish uchun agentlarni kerakli sohalarni yaxshi tushunadigan va shu tarmoqlarda ishlaydigan xodimlar orasidan tanlash lozim.

Shuningdek sug'urta mahsulotlarini kichik va o'rta korxonalariga sotish uchun sotuv tizimini hududiy asosda tashkillashtirish maqsadga muvofiq bo'ladi. Chunki bunda tarmoq va professional bog'liqlikka qaraganda, geografik bog'liqlik katta ahamiyatga ega.

Sug'urta brokerlari orqali sotish:

Sug'urta brokerlari – xolis vositachilar, yuridik yoki jismoniy shaxslar bo'lib, mijozning sug'urta qiluvchi bilan o'zaro munosabatlarida mijozning vakolatini ifodalaydi¹⁹. Hozirgi paytda Fransiyada 2400 sug'urta brokerlari mavjud, bu sohada ish bilan band kishilar soni esa 16000 kishini tashkil etadi. Broker maqomiga ega bo'lish uchun davlat nazorat idoralari tomonidan beriladigan litsenziyaga ega bo'lish shart, shuningdek, kasb-kor odobiga rioya etilishini nazorat qilib turuvchi bironta professional brokerlik assotsiyasida hisobda turishi kerak. Broker shuningdek, mijozlar oldidagi o'z javobgarligi yuzasidan sug'urta polisiga ham ega bo'lishi zarur.

Mijozlarni jalb etish uning bosh vazifasi hisoblanadi va bu sug'urta qiluvchining manfaatlari doirasiga kirmaydi. Brokerlar bilan ishlash uchun bosh ofislarda mutaxassislar bilan to'ldirilgan maxsus bo'limlar (brokerlar bilan ishlash departamentlari) tashkil etiladi va ular o'z mijozlari nomidan harakat qiluvchi brokerlarning takliflarini tahlil qiladilar. Agar taklif ularga maqbul kelsa, sug'urta shartnomasini tuzishga rozilik beradilar. Brokerlar mijozlarining asosiy qismini korxonalar tashkil etadi, ular tuzayotgan shartnomalarning juda kichik qismi jismoniy shaxslarga to'g'ri keladi. Brokerlar qoidaga ko'ra xatarlarning muayyan turlari bo'yicha ixtisoslashgan bo'ladilar. Sug'urta qiluvchilarga o'z sotuvlarini brokerlar orqali kengaytirib borish foydali, chunki ular odatga ko'ra sug'urta shartnomasini muvofiqlashtirish (bo'lib-bo'lib to'lanadigan sug'urta mukofotini yig'ishdan tortib, sug'urta holatini hal etish, sug'urtalanuvchi tomonidan ehtiyot choralarining bajarilishi, xatarning oldini olish shartlariga rioya etilishi) vazifasini

¹⁹ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993

o'z zimmlariga oladilar. Sug'urta qiluvchi o'zini munosib darajada namoyon etgan brokerlarga to'lovlar miqdorini mustaqil ravishda (kompaniya bilan kelishmay turib) belgilash va bu summalarni sug'urta qiluvchining hisobidan avtomatik tarzda chiqarish huquqiga ega, bu esa mijozlarga xizmat ko'rsatishni ancha tezlashtiradi. Shubhasiz, sug'urta qiluvchi sug'urta summasining to'g'ri belgilanishini va qoplamalar to'lanishining qonuniyligini nazorat qilib turadi.

Brokerlar xizmat ko'rsatadigan mijozlarning xususiyatlari sug'urta qiluvchi tomonidan asosan bu mijozlar ishlovchilar soni 10 kishidan ortiq bo'lgan o'rta va yirik korxonalaridan iborat qilib belgilanishida namoyon bo'ladi. Barcha yirik sanoat korxonalarini brokerlik segmentiga kiradi. O'ta yirik korxonalar faqat o'z muassislari xatarlarini sug'urtalash bilan shug'ullanuvchi o'zlarining KEPT brokerlik kompaniyalarini tuzadilar. Shu sababli brokerlar orqali bajarilgan sotuvlarning katta qismi yong'inga qarshi va boshqa turdagi sanoat korxonalariga xos sug'urta turlariga, shuningdek, javobgarlik sug'urtasiga to'g'ri keladi. Brokerlar tomonidan keltirilgan xatarlar hajmi hisobiga ko'rsatilgan xizmatlar yirik sug'urta kompaniyalariga ular to'playdigan sug'urta mukofotining 30 – 60 % ini beradi. Brokerlarga o'zlarining shaxsiy talab-ehtiyojalari hisobga olinadigan alohida sug'urta mahsulotiga muhtoj bo'lgan xususiy shaxslar ham murojaat etishi mumkin. Biroq xususiy shaxslarning xatarlari brokerlik kompaniyalari aylanmasining juda oz qismini tashkil etadi. Yuksak malakaga ega ekanliklari hisobiga, brokerlar iste'mol piramidasining eng yuqori qismini batafsil tahlil etishga muhtoj bo'lgan xususiy shaxslar va korxonalaridan iborat bo'lgan mijozlarga xizmat ko'rsatishga intiladilar. Odatga ko'ra brokerlar iste'molchilarga ularning «qaddi-qomatlariga» moslashtirilgan sug'urta mahsulotlarini sotadilar. Shu sababli brokerlar katta-katta kompaniyalarning bosh idoralari jamlangan yirik shaharlarda (butun mamlakat bo'yicha uch-to'rtta) guruhlashadilar. Ayni chog'da ayrim brokerlar muzofotlarda ham kichik tadbirkorlar va jismoniy shaxslarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan o'z vakolatxonalariga ega bo'lishadi. Ayrim sug'urta qiluvchilar polislarni faqat mustaqil brokerlar orqali sotadi, boshqalar esa vositachilarsiz harakat qiladi. Aksariyat kompaniyalar potensial xaridorlarga ta'sir

etish uchun turli sotuv usullaridan foydalanadi.²⁰

Brokerlar orqali sotish uchun odatda sug'urta qiluvchilar sug'urta mahsulotlarining o'z shartlari va tariflariga ega bo'lgan alohida jamlanmasini ishlab chiqishadi.²¹ Brokerlarga xizmat ko'rsatish sug'urtalanayotgan xatarlar tabiatini yaxshi tasavvur etadigan, sug'urtalanuvchilarni sug'urta hodisasi vujudga kelishi ehtimoliga qarab ajrata oladigan savodli malakali mutaxassislariga (anderrayerlarga) topshirilgani sababli bu o'rinda qoidaga ko'ra avvaldan belgilangan qat'iy tariflar bo'lmaydi. Sug'urtaning umumiy turlari bo'yicha kompaniyalar zarar bo'yicha ko'rsatkich raqamini 65 – 70 % dan oshirmasdan ushlab turishga harakat qiladilar, chunki ko'pgina sug'urta qiluvchilar mukofot to'lovlarining 30 – 35% ini brokerlarga vositachilik haqi sifatida to'lab berish (odatda 10 – 15%), ofisni saqlash va aksiyadorlarga dividend to'lash uchun ishlatishadi.

Brokerlarga xizmat ko'rsatish bo'linmasining tarkibiy tuzilishi qoidaga ko'ra uchta asosiy qismga bo'linadi:

1. Jismoniy shaxslarni, shuningdek hunarmandlarni va kam sonli (masalan 10 kishigacha) ishchisi bo'lgan korxonalarni sug'urtalash sho'basini.

2. 10 tadan 500 tagacha ishchi ishlaydigan kichik va o'rta korxonalarni sug'urtalash sho'basini.

3. 500 kishidan ortiq ishchi band bo'lgan yirik va o'ta yirik korxonalarni sug'urtalash sho'basini.

Oxirgi yillarda sho'badada ba'zan ishchilar soni 1000 dan 5000 gacha bo'lgan o'ta yirik firmalar alohida bo'linma sifatida ajratib chiqariladi. O'z navbatida har bir sektor sug'urtalanayotgan xatar turiga ko'ra bir qator bo'linmalarga ajraladi: hayotni sug'urtalash, salomatlik, pensiya, jamg'arma sug'urtasi, mashina-mexanizmlarning avtosug'urtasi. Chuqur ixtisoslashtirish orqali mazkur bo'lim

²⁰ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993

²¹ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

tayyorgarligi yuksak darajada bo'lishiga erishiladi. O'ta yirik korxonalarni sug'urtalanayotganda, qoidaga ko'ra anderrayterlarning xatarlar bo'yicha ixtisoslashuvi shart emas, chunki har bir mutaxassis xatarlarning keng turlarini qamrab olgan o'ta yirik shartnomalarning bir nechtasi uchun javob beradi. Bu holatda katta firmalar ko'pincha sug'urta qiluvchiga to'g'ridan to'g'ri murojaat etadilar va sug'urta qiluvchi nomidan ish yurituvchi anderrayter nihoyatda keng qamrovli masalalar bo'yicha salohiyatli bo'lishi shart.

Sug'urta brokeriga sug'urtalovchi qarshi bo'lmasa, mustaqil ravishda sug'urta kompaniyasini tanlaydi.

Broker quyidagi vazifalarni bajaradi:

- kelishuv asosida kafolatlanadi;
- sug'urta shartnomasini ishonchli korxonalar bilan tuzilishini kafolatlaydi;
- optimal sug'urta sharoitida mijozning vaqtini va mablag'ini tejaydi;
- minimal tariflar chegirmalaridan foydalanib badal to'layotganda tejashga imkon beradi;

- nizolar yuzaga kelganda ularni bartaraf etadi va shartnomani yuridik jihatdan ko'rib chiqishni tavsiya qiladi. Lekin shuni takidlab o'tish kerakki, broker sug'urtalovchi oldida hech qanday yuridik mas'uliyatga ega emas. U sug'urtalovchining to'lov amalga oshirishini ham kafolatlamaydi. Sug'urta brokerlari ishda korporativ mijozlar bilan ish olib borishlari mumkin. Bunda ular maklerlik vazifasini bajarib, sug'urta kompaniyasidan, o'z xizmatlari uchun taqdirlov oladilar. Xolding sohasidagi brokerlar ham shu vazifalarni bajaradilar.

Broker sug'urta sohasida vositachilik faoliyatini olib borishi munosabati bilan ko'rsatishi mumkin bo'lgan xizmatlari ko'lami nuqtayi nazaridan faqat vositachigina bo'lib qolmay, u sug'urtalanuvchining, qayta sug'urtalanuvchining, amaldagi qonunchilikka muvofiq esa hatto sug'urtalovchining ham maslahatchisidir. Aynan u yoki bu sug'urta turi bo'yicha tushuntirish ishlarini olib borishi, sug'urtalovchilar tomonidan taklif etilayotgan sug'urta dasturlarining samaradorligi nuqtayi nazaridan tekshirishi va ulardan sug'urta qoplamasi

jihatidan, sug'urtalash narxi jihatidan, qoplash geografiyasi jihatidan va eng optimalini tanlab olishi mumkin. U sug'urta hodisasi sodir bo'lgan joyni ko'zdan kechirishda, sug'urtalanuvchining sug'urta talablarining qondirilishida, turli xildagi ekspertizalarning o'tkazilishida ishtirok etishi mumkin, shuningdek, u talablarning qondirishini hal etish uchun talofat komissiyasining, syurverning va boshqa mutaxassislarining jalb etilishini tashkil etishi mumkin.

Brokerlarining o'ziga xos muhim xususiyatlaridan biri – ular hamon vositachilik faoliyatini “sof holda” chuqur maslahat yordamini qo'shmasdan olib borayotganligi bilan belgilanadi. O'zbekistonda bo'lgani kabi, chet elda ham broker vositachilik xizmatini ko'rsatish chog'ida javobgarlikka ega bo'ladimi, yo yo'qmi, degan masala munozaralarga sabab bo'lmoqda. Masalan, broker mijozning sug'urta shartnomasini yangilash shartlarini kelishishni uzoq vaqt cho'zib yubordi, bu muddat mobaynida shunday vaziyat vujudga keldiki, avvalgi sug'urta qoplamasining vaqti tugab qoldi, yangisi esa hali tuzilmagan, xuddi ana shu vaqt oralig'ida sug'urta xizmati iste'molchisiga kattagina mulkiy zarar yetkazuvchi hodisa sodir bo'ldi. Yoki, yana bir misol: sug'urtalanuvchi sug'urta shartnomasida ko'zda tutilgan sug'urta mukofotini sug'urtalovchi bilan keyingi hisob-kitoblarni bajarishi uchun brokerning hisob raqamiga o'tkazib berdi, broker esa hafsalasizlik qilib, mablag'larni o'z vaqtida o'tkazmadi. Shartga binoan sug'urta shartnomasining kuchga kirish muddati sifatida sug'urta mukofotining sug'urtalovchining hisob raqamiga kelib tushgan payt belgilanganligi sababli sug'urtalanuvchining mulkiy manfaatlari bo'yicha sug'urta himoyasi ish bermadi. Chunki sug'urta shartnomasi bilan qoplanishi zarur bo'lgan moddiy zarar xuddi ana shu davr ichida sodir bo'ldi.

Broker tor ma'noda ham, keng ma'noda ham faqat ma'naviy jihatdan javobgar bo'lishi mumkin, degan fikr mavjud. Ammo bunga to'liq qo'shilib bo'lmaydi. Broker o'zi bilan sug'urtalanuvchi o'rtasida tuzilgan shartnoma asosida ish yuritadi, bunday shartnomada esa, brokerning shartnomaviy talablarni bajarmagani uchun javobgarligini ko'zda tutuvchi qoidalar kiritilishi mumkin. Qolaversa, vositachilik xizmatini ko'rsatuvchi broker sug'urtalanuvchi va

sug'urtalovchi o'rtasidagi vositachi bo'lib harakat qilar ekan, bozorning malakali qatnashchisi sifatida ham javobgarlikka ega. Shunday qilib, broker o'zining sug'urta vositachiligi faoliyati davomida yo'l qo'ygan xato va kamchiliklari tufayli mijozga zarar yetkazishi mumkin bo'lgan kasbiy javobgarligi yuzasidan ham sug'urta shartnomasi tuzishi mumkin. Lekin mana shunday javobgarlik sug'urtasi bo'yicha tavsiya etilgan limit nihoyatda past darajada bo'lib, agar broker tomonidan biron xatolikka yo'l qo'yilsa, ehtimol tutilgan zararni qoplashga yetishi gumon. Ayni chog'da faqat moddiy emas, balki ma'naviy jihatdan ham g'arb davlatlaridagi sug'urta va qayta sug'urta brokerlariga yuklatilgan javobgarlik darajasi shunchalik yuqoriki, bu narsa ularning ishdagi obro'-e'tiborlariga, demakki, ularning sug'urta bozorida muvaffaqiyatli ishlashlariga ta'sir ko'rsatmay qolmaydi. Shu sababli ularning ko'pchiligi mijoz ba'zi qiyinchiliklarga ko'ra vaqtinchalik navbatdagi sug'urta badalini to'lay olmaydigan holatlar uchun maxsus zahira tashkil etib qo'yadilar. Shubhasiz, bu kabi o'zaro qo'llab-quvvatlash sug'urtalanuvchi tomonidan su'iistemol qilinmaydi, chunki uning sof vijdonli sug'urtalanuvchi sifatidagi obro'- e'tiboriga putur yetadi.

Qisqacha aytganda, brokerning bozorning boshqa subyektlari oldidagi javobgarligi borasidagi huquqiy maqomi quyidagilardan iborat. Sug'urta brokери topshiriq bergan sug'urtalanuvchining oldida xatarlarni ishonchli sug'urta kompaniyasida joylashtirilishi, sug'urta holati sodir bo'lgan taqdirda qoplama bilan ta'minlanishi, shuningdek, mijozga yetkazib berilayotgan mijozning tijorat sirini tashkil etuvchi axborotlarning to'la va haqqoniyligi uchun javobgarlikka ega. Broker shuningdek, sug'urta kompaniyasi oldida ham o'zi yetkazib berishi lozim bo'lgan sug'urtalash obyektlari va xatar darajasi to'g'risidagi va keyingi barcha muhim o'zgarishlar to'g'risidagi axborotlarning haqqoniyligi uchun ham javobgardir. Bundan tashqari broker sug'urta nazorati idoralariga qonunchilikka binoan o'zi yetkazib berishi lozim bo'lgan ma'lumotlarning haqqoniyligi uchun ham javobgar bo'lib hisoblanadi.

Yuridik shaxs bo'lgan brokerlar shuningdek, sug'urta shartnomalari bo'yicha sug'urta badallarini inkassatsiya qilish va sug'urta to'lovlarini tashkil etish

(sug'urtalovchining topshirig'iga ko'ra va uning hisobidan) amalga oshirishlari mumkin. Sug'urta brokeri sug'urtalanuvchining topshirig'iga ko'ra xatarni bitta sug'urta shartnomasi asosida bitta sug'urta tashkilotida ham, bir necha sug'urta tashkilotida ham joylashtirishi mumkin. Sug'urta brokeri mustaqil vositachi o'laroq sug'urtalovchining topshirig'iga ko'ra sug'urta shartnomasini o'z nomidan imzolash huquqiga ega emas. U amalda muayyan sug'urtalovchining (sug'urtalovchilarning) sug'urta xizmatini sotish bilan shug'ullanadi. Yoxud muayyan sug'urtalanuvchiga (sug'urtalanuvchilarga) maqbul keladigan sug'urta xizmatini tanlab beradi. Mas'uliyati cheklangan jamiyat tarzida tuzilgan brokerning korporativ soliqqa tortilishi yuridik shaxslar olgan foydani soliqqa tortishdan hech qancha farq qilmaydi.

Sug'urta mahsulotini sotishda nosug'urta vositachilarining ishtiroki

Moliya xizmatiga oid qo'shimcha bozorlarni egallashga harakat qilayotgan banklarning o'z faoliyatini kengaytirishga sug'urta mahsulotlarini sotishdagi ishtirokiga keyingi paytda jiddiy e'tibor qaratilmoqda. Buni sug'urta qiluvchi bilan shartnoma tuzish orqali ham, bank tomonidan sug'urta kompaniyasi ko'rinishidagi o'z filialini tuzish orqali ham amalga oshirish mumkin. Har ikki holda ham bank mijozlari sug'urtalanuvchi sifatida namoyon bo'ladi. Mijozlarga xizmat ko'rsatish bilan band bo'lgan bank xodimlari qo'shimcha ravishda o'quv kursidan o'tkaziladi va bank xizmati bilan bir qatorda mijozlarga sug'urta xizmatini ham taklif etaveradilar, ya'ni bu holda banklar sug'urta kompaniyalariga nisbatan bir qator afzalliklarga ega.

Birinchi, bank iste'mol kreditini olish uchun mijozga albatta, mijozning javobgarligini, hayotini yoki sotib olinayotgan mahsulotni o'z sug'urta kompaniyasida sug'urtalash yohud bank shartnoma tuzgan sug'urta qiluvchining sug'urta polisini sotib olish shartini majburiy talab qilib qo'yishi mumkin.

Ikkinchi, mijozning to'lovlarini nazorat qilib turilishi bankirga birinchilardan uning uy-joy, avtomobil yoki boshqa buyum sotib olganligini bilish imkonini beradi. Bu banklar sug'urta kompaniyalariga nisbatan ancha afzalliklarga

ega ekanliklarini bildiradi.

Uchinchidan, hayot sug'urtasi va ayniqsa, jamg'arma sug'urtasi, aslida moliyaviy xizmat turi bo'lib, ularda sug'urta tarkibi juda kam miqdorda bo'ladi. Shu sababli bankirlar o'z mijozlarini sof bank xizmatlari qatoriga sug'urta qoplamasini ham qo'shish zarurligiga ishonirishlari qiyin emas.

To'rtinchidan, sanoati rivojlangan yevropa mamlakatlarining barcha aholisi bank hisobvaraqlariga ega va iste'mol kreditidan foydalanadi. Bu esa bank tomonidan sug'urtalanadigan mijozlar sonini butun sug'urta bozrini qamrab olgunchalik darajada ko'paytirish imkonini beradi, ya'ni banklar o'zlarining sho'ba kredit kompaniyalariga sug'urtalanuvchilarning katta qismini og'dirib olish imkoniyatiga ega.

Beshinchidan, har bir oilaning iqtisodiy hayotida bank amaliyotlarining ahamiyati sug'urta mahsulotini sotib olishga nisbatan yuqori turadi. Shu sababli, mijozning ko'z o'ngida bankir sug'urta qiluvchiga nisbatan og'irroq «tosh bosadi», shunga mos ravishda banklarning aholi sug'urta shartnomalarini o'z sho'ba korxonalariga o'tkazib olish imkoniyati katta.

Odatda, banklar hayotni sug'urtalash bo'yicha sho'ba korxonalarini o'zlari tuzadilar va ularning xizmatlari hududiy bo'limlar orqali sotiladi. Biroq muammo shundaki, hozirgi zamon bozorida faqat ixtisoslashgan va malakali xizmatlarning yuksak sifatini ta'minlaydigan komandalar yutuqqa erishish imkoniyatiga ega. Sifat esa, ma'lumki, jiddiy pul mablag'lari qo'yilmasini talab qiladi. Mol-mulk va boshqa xatar sug'urtalari raqobatbardoshli bo'lishi uchun ularni tarifkatsiyalash, sug'urta hodisalarini tekshirish, qo'shimcha xizmatlar taqdim etish bo'yicha yuqori malakaga ega bo'lish shart. Sug'urta hodisalarini hal etish qiymatini pasaytirish uchun sug'urta qiluvchining o'zi tashkil etgan yoki shartnoma asosida jalb etilgan ta'mirlash ustaxonalari, garajlar tarmog'i bo'lishi darkor. Ayrim bankirlar bu narsa bizning ishimiz emas, deb hisoblaydi, shu sababli xatar sug'urtasi sohasida o'lar o'z bo'limlari orqali boshqa kompaniyalarning sug'urta polislarini vositachilik asosida sotish bilan kifoyalanadilar. Sotilgan shartnomalar sotuvdan keyingi

xizmat ko'rsatilishi uchun sug'urta qiluvchining bank bilan bitta hududda ish yurituvchi agentlariga o'tkaziladi. Faqat eng kuchli, moliyaviy jihatdan baquvvat bank guruhlari sotilgan xatar sug'urtalariga sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatilishiga ixtisoslashgan o'z kompaniyasini tuzishning uddasidan chiqishi mumkin. Masalan, butun mamlakat bo'ylab minglab bo'limiga ega bo'lgan yirik fransuz banki «Kredit Agrikol» uddalashi mumkin. Bu bank tomonidan hayotni sug'urtalashga ixtisoslashgan sug'urta kompaniyasidan tashqari xatar sug'urtalari kompaniyasi ham tuzilgan bo'lib, u sug'urta mukofotlarini yig'ish bo'yicha Fransiyada uchinchi o'rinni egallaydi. Har ikkala sug'urta qiluvchining mahsulotlari xaridorlari bank mijozlaridir. U ikkala kompaniya ham keyingi paytda nihoyatda tez ya'ni har yili o'z aylanmalarini taxminan ikki marta ko'paytirgan holda ravnaq topib bormoqda. Boshqa bir yirik guruh – «SNP» - sug'urta kompaniyalarining butun boshli tizimini (hayotni sug'urtalash bo'yicha to'rtta, xatar sug'urtasi bo'yicha bitta kompaniya) tashkil etgan. Sug'urta mukofotini yig'ish bo'yicha – bir yilda 74 mlrd. frankdan ko'proq (14 mlrd.dollarga yaqin) – u Fransiyada birinchi o'rinni egallab turibdi.

Ayrim hollarda sug'urta kompaniyasi va bank hamkorlikda sug'urta kompaniyasini tuzishlari mumkin. Uning mahsulotlari bank orqali sotiladi, shundan keyin shartnomalar sotuvdan keyingi xizmatni ko'rsatish uchun sug'urta qiluvchi ixtiyoriga o'tkaziladi.

Yirik banklar sug'urta qiluvchilarni bozordan siqib chiqarib, foydaning yangi manbalarini qidirib, endilikda jismoniy shaxslarning mol-mulk sug'urtasiga ham katta qiziqish bilan qaramoqdalar. Hozirgi paytda Fransiyada mol-mulk sug'urtasini sotish bilan 8000 bank bo'linmasi shug'ullanmoqda, 12000 bank vakolatxonalarini bu ish bilan yaqin kelajakda shug'ullanishni rejalashtirmoqda. Bu «olomon» sug'urta kompaniyalarini jismoniy shaxslarni sug'urtalash bozoridan butunlay siqib chiqarishi hech gap emas. Hayot sug'urtasi va jamg'arma sug'urtasidan farqli o'laroq, mol-mulk sug'urtasi o'ziga xos xususiyatga ega bo'lib, moliyaviy faoliyatdan mutlaqo ajralib turadi. Bank xodimlarini bu sohada sifatli ishlashini ta'minlash uchun ancha ko'proq vaqt va mablag' sarflash talab

etiladi. An'anaviy sug'urta qiluvchilar bularga qarshi o'zlarining asosiy qurollari – agentning sug'urtalanuvchi bilan shaxsiy insoniy muloqotini qo'yadilar, chunki hech qanday moliyaviy manfaatlarni undan ustun qo'yish mumkin emas. Biroq sug'urta kompaniyalari yaqin vaqt ichida o'zlari egallab turgan aholini xatar bo'yicha sug'urtalash bozorining talay qismini yo'qotishga tayyor turishlari lozim. Chunki sug'urta xizmatining bu turi sug'urta taqsimlashning bank tizimiga o'tib ketishi tayin.

Sug'urta qiluvchilarning sharafiga shuni qayd etish mumkinki, ular bozorda o'zlari egalik qilib turgan sohaga banklar hujumining passiv kuzatuvchilariga aylanib qolmadilar. O'z tarkibida banklari mavjud bo'lgan bir qator yirik sug'urta guruhlariga bunga javoban bank bozoriga bostirib kirishga va o'z mijozlariga bank xizmatlarini ko'rsatishga ahd qilishdi. Biroq mijozlarning bank sohasiga oid qo'shimcha xizmatlar orqali fidelizatsiyalashuvi hozir dastlabki bosqichda turibdi, uning qay darajada samaradorligini kelajak ko'rsatadi.

Banklardan tashqari o'zining asosiy faoliyati bilan birga sug'urta mahsulotini sotish bilan shug'ullanuvchi vositachilar qatoriga keyingi vaqtda supermarketlar va boshqa yirik savdo tashkilotlari qo'shila boshladi. Ular o'zlarining asosiy mijozlari qatorini sug'urta polislarini fakultativ asosda sotuvchi bankirlar, notariuslar, baqqollar, avtoustaxonalar bilan to'ldirdilar. Yirik savdo majmualari oxirgi paytda o'z mijozlarini fidelizatsiyalash bo'yicha katta ishlarni olib bordilar. Ana shu maqsadda asosan imtiyozli chegirma bilan xarid qilish imkonini beruvchi savdo diskont va kredit kartochkalaridan foydalanildi. Bu yo'nalishdagi keyingi qadam savdo kartochkasidan foydalanuvchilarga iste'mol kreditlari berilishi va kartochkadagi qoldiqlarni boshqarish va foydalanish yuzasidan juda keng imkoniyatlar berilish bilan belgilanadi. Buguni kunda savdo majmualari kartochkalardan foydalanuvchilarga sug'urta polisini sotib olishning soddalashtirilgan turini ham taklif etmoqdalar va kartochkadagi mablag'lar qoldig'ini sug'urta badallarini to'lash imkonini yaratib berganlar. Bular asosan jamg'arma va pensiya sug'urtalari, shuningdek hayot sug'urtasidir. Xatar sug'urtalarini ham supermarketlar orqali sotishga urinishlar ijobiy natija bermadi.

Shubhasiz, supermarketlarning o'zlari sug'urta ishi bilan shug'ullanmaydilar. Ular orqali sotilgan moliya va sug'urta xizmatlarini boshqarish uchun ular banklar, trust tashkilotlari va sug'urta qiluvchilar bilan shartnomalar tuzadilar. Odatga ko'ra ular mijozning o'ziga xos ehtiyojlariga moslashtirishni talab etmaydilar. Xaridorlar bilan aloqa bog'lashning soddaligi, shuningdek, sug'urta mahsulotini sotish qo'shimcha xizmat turi ekanligi hisobiga supermarketlar tomonidan undiriladigan vositachilik haqi sug'urta mukofotining 3 – 5% atrofida tebranib turadi, bu esa o'tkazishning boshqa tizimdagidan ancha kam. Biroq sotuvning bu usuli bugungi kunda kelajak taraqqiyoti istiqbolsiz, marginal sohaga o'xshab turibdi. Bundan tashqari sug'urta mahsulotlarini savdo majmualari orqali sotish bitta katta kamchilikka ega: bunda sug'urta mahsulotini sotib olish imkoniyatiga har bir kartochkadan foydalanuvchi shaxs, hatto sug'urta xatari yuksak darajada bo'lganlar ham ega bo'ladilar. Sug'urta qiluvchini xatarlarni keng qamrovli ravishda g'alvirdan o'tkazish imkoniyatidan ortiq darajada mahrum etish avvalo xatar sug'urtalari bo'yicha salbiy moliyaviy natijalarni keltirib chiqaradi. Sug'urta qiluvchilarni oldindan tanlab olinishini yo'lga qo'yish esa, sug'urta polisini supermarket orqali sotib olish jarayonini ancha murakkablashtirib yuboradi va uning jozibadorligini pasaytiradi.

Ayrim sug'urta qiluvchilar o'z sug'urta xizmatlarini butun mamlakat bo'ylab yoyilgan pochta bo'limlari tarmog'i, shuningdek soliq idoralari tizimi va ijtimoiy sug'urta kassalari orqali sotadilar. Fransiya pochta o'zining sho'ba sug'urta kompaniyasiga ega bo'lib, u hayot sug'urtasi bo'yicha ixtisoslashgan. Sug'urta mahsulotlarining sotuvchilari sifatida avtomobil salonlari ham avtomobillar bilan birga avtosug'urtani ham sotishni yo'lga qo'yish orqali namayon bo'lmoqda.

Yevropa mamlakatlarida hayot sug'urtasiga talab katta. Xususan, faqat 1994-yilning o'zida Fransiyada bu turdagi sug'urtani sotish hajmi 28 % ga o'sdi. Bu narsa aholining qarigan chog'ida davlat ijtimoiy sug'urtasi yetarli darajada ta'minlay olishiga ishonchsizligi bilan bog'liq. Banklar va boshqa nosug'urta vositachilari bu vaziyatdan faol foydalana boshladilar va o'sha yilning o'zida hayot sug'urtasi bo'yicha sotuvlar hajmini o'z tarmoqlari orqali 35% ga oshishiga

erishdilar, ayni chog'da agentlar va brokerlar bu borada atigi 10% o'sishga erisha oldilar xolos. 1985-yilda Fransiyada hayot sug'urtasi polislarning banklar va boshqa nosug'urta vositachilar orqali sotilishi 25% dan oshmas edi, bugungi kunda esa bu ko'rsatkich 60% ga yaqinlashib bormoqda. Fransiya yevropa bo'yicha bu sohada yetakchilik qilib turibdi. Biroq boshqa mamlakatlarda nosug'urta vositachilar (banklar, pochta) orqali sotuv ancha tez rivojlanib bormoqda.

Nazorat savollari:

1. Sug'urta vositachilari kimlar.
2. Sug'urta bozorida sug'urta mahsulotiga xaridor kim.
3. Ixtisoslashgan sug'urta vositachilar kimlar.
4. Agentlik tarmoqlarining necha modeli mavjud.
5. Hozirgi paytda Fransiyada nechta sug'urta brokeri mavjud.
6. Broker qanday vazifalarni bajaradi.

4-ma'ruza. Sug'urta maxsulotlarini sotishda reklamaning o'rni

1. Sug'urta kompaniyalari faoliyatida reklama xizmatining o'rni va ahamiyati

Sug'urta qiluvchining reklama faoliyati umumiy marketing konsepsiyasi va sotuv siyosatiga bo'ysunishi lozim. Reklama kampaniyasi rejasini ishlab chiqishda rejalashtirilayotgan reklama kampaniyasi kimga yo'naltirilishini, maqsadli muloqot doirasini aniqlab olish zarur.²² Buning uchun potensial sug'urta qildiruvchilarning asosiy tavsifnomalarini bilish va ularni ma'lum bir guruhlarga taqsimlash zarur: masalan, yuridik yoki jismoniy shaxslar, potensial yoki amaldagi sug'urta qildiruvchilar, naqd pulga yoki pul o'tkazish yo'li bilan sug'urta polisi xarid qiluvchilar, bitta, ikkita, uchta yoki undan ortiq sug'urta turlarini yoki aralash sug'urta polislarni xarid qiladigan sug'urta qildiruvchilar. Bunda shuni hisobga olish kerakki, agar reklama asosan sug'urta qiluvchiga ishonch va xayrixoh munosabat shakllantirishga yo'naltirilgan bo'lsa, muloqot doirasi quyidagilarni o'z ichiga olishi lozim: amaldagi va/yoki potensial sug'urta qildiruvchilar; sug'urta vositachilari; mavjud yoki potensial xodimlar; hamkorlar yoki raqobatchilar; butun jamoatchilik. Reklama rejasini tuzishda shuni hisobga olish kerakki, reklama aksiyalari muvaffaqiyatining negizi – ularning ketma-ketlikda davriy ravishda takrorlanishidir. Ketma-ketlik xabardorlikka, xabardorlik – ishonchga, ishonch esa – muvaffaqiyatga, sug'urta xizmatlari sotilishiga olib keladi. Rossiyalik tadqiqotchilarning ma'lumotlariga ko'ra muloqot doirasi bilan har bir yangi muloqotda sug'urta qiluvchi taklif qilayotgan axborotni eslab qoladiganlar soni o'rtacha 10-15% ga ortadi.

Har bir reklama rejasi sog'lom bozor tamoyillariga, potensial bozorning o'tkazilayotgan tadqiqotlariga asoslanadi va xarajatlar smetasi tuzishni talab qiladi. Bunda muayyan sharoitlarga bog'liq bo'lgan va o'tkazilayotgan reklama tadbirlari maqsadi bilan belgilanadigan reklama vositalari differentsiatsiya qilingan to'plami ko'zda tutiladi.

²² Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

Sugʻurta qiluvchining reklama maqsadlari. Reklamani rejalashtirishga kirishishda uning maqsadlarini aniq belgilab olish zarur, reklama aksiyasining maqsadi qanchalik aniq belgilangan boʻlsa, unga erishish ehtimoli shunchalik yuqori boʻladi. Sugʻurta qiluvchining reklama maqsadlari ancha keng va xilma-xil ekanligida ularni shartli ravishda quyidagi asosiy guruhlariga ajratish mumkin:

- bevosita sugʻurta xizmatlarini sotish hajmini oshirish uchun moʻljallangan reklama;

- maʼlum bir istiqbol uchun moʻljallangan va potensial sugʻurta qildiruvchini asta-sekinlik bilan sugʻurta xizmatlari xarid qilishiga tayyorlashga yoʻnaltirilgan reklama;

- sugʻurta qildiruvchida muayyan sugʻurta qiluvchiga moyillik yaratishga yoʻnaltirilgan reklama.

Har bir guruh uchun sugʻurta qiluvchining reklama faoliyati maqsadlarini batafsilroq koʻrib chiqamiz.

Bevosita sugʻurta xizmatlari sotish hajmini oshirish uchun moʻljallangan reklama maqsadlari quyidagicha boʻlishi mumkin:

- potensial sugʻurta qildiruvchilarga sugʻurta himoyasi xarid qilish zarurati haqida eslatib turish;

- sugʻurtaning yangi imkoniyatlarini ochib berish;

- sugʻurta xizmatlari sotish hajmining ortishini taʼminlash;

- sugʻurta xizmatlari potensial isteʼmolchisining eʼtiborini sugʻurta polisini zudlik bilan xarid qilishga undaydigan sabablarga qaratish (chegirmalar, turli bonuslar, imtiyozli shartlar, lotereya);

- sugʻurta polisini zudlik bilan (birinchi istak bilan) xarid qilishni ragʻbatlantirish (masalan, vaqt boʻyicha kamayib boradigan chegirmalar bilan);

- sugʻurta qildiruvchilar boshqa sugʻurta qiluvchilarga oʻtib ketishining oldini olish;

- raqobatchilarning sugʻurta qildiruvchilarni oʻz mijozlariga aylantirish;

- potensial sugʻurta qildiruvchilarni faqat sizning polisingizni xarid qilishga ragʻbatlantirish;

- hozircha AVS sug'urta turidan foydalanmayotgan shaxslarni aynan sizning kompaniyada ushbu turdan foydalanuvchilarga aylantirish;
- tasodifiy mijozlarni sizning kompaniyangiz doimiy mijozlariga aylantirish;
- sug'urta agentlariga sug'urta polislari sotishda yordam ko'rsatish (yangi bitimlar tuzish va yangi mijozlar jalb qilish);
- sug'urta agentlariga eski mijozlardan ko'proq sug'urta mukofotini yig'ishda yordam ko'rsatish;
- potensial sug'urta qildiruvchilarni kompleksli (aralash) sug'urta polislari xarid qilishga rag'batlantirish.

Ma'lum bir istiqbolga mo'ljallangan va potensial sug'urta qildiruvchini asta-sekinlik bilan sug'urta xizmatlari xarid qilishga tayyorlashga yo'naltirilgan reklama. Bunday reklama maqsadlari quyidagicha bo'lishi mumkin:

- potensial sug'urta qildiruvchilarni u yoki bu sug'urta turlari yoki sug'urta polislari mavjudligi haqida xabardor qilish;
- sug'urta qildirish zarurligi, uning iqtisodiyotdagi yoki oila byudjetidagi roli haqida xabardor qilish;
- muayyan sug'urta qiluvchida sug'urta xizmatlari va ularga hamrohlik qiladigan xizmatlarining yuqori sifati haqida axborot tarqatish;
- sug'urta xizmatlariga iste'molchilar talabini shakllantirish;
- bozorga yangi sug'urta mahsulotlari chiqarish uchun "reputatsion asoslar" yaratish;
- yolg'on tasavvurlar, axborot to'liqsizligi va sug'urta xizmatlari sotish yo'lida boshqa to'siqlarning oqibatlarini bartaraf qilish.

Sug'urta qildiruvchida muayyan sug'urta qiluvchida sug'urta qildirishga moyillik yaratishga yo'naltirilgan reklama. Bu reklamaning eng maqbul keladigan maqsadlari quyidagilar hisoblanadi:

- kelajakdan umid qilgan holda kompaniyaga ishonch shakllantirish;
- sug'urta qiluvchining xodimlari yoki agentlarni uning savdo belgisi (logotipi) yoki polislari bo'yicha ishonch bilan tanishib olish uchun sharoitlar yaratish;

➤ sugʻurta qildiruvchilarni kuponlar qaytarish, sugʻurta qiluvchi tomonidan oʻtkazilayotgan lotoreya, konkurs va boshqa tadbirlarda ishtirok etishga ragʻbatlantirish;

➤ muayyan sugʻurta qiluvchida sugʻurta qildirishni obroʻli anʼanaga aylantirish;

➤ raqobatchilar harakatlarini bartaraf qilish;

➤ sugʻurta qildiruvchilarni oʻz kompaniyasining tanishlariga tavsiya qilish hamda sugʻurta qiluvchining sotuv boʻyicha mutaxassislari va savdo agentlariga xayrixoh munosabatda boʻlishga undagan holda oʻz kompaniyasi haqida yaxshi taassurotlar uygʻotish.

Maqsadlar aniqlab olingach, reklama kampaniyasida foydalaniladigan reklama tadbirlari yoki reklama axborot uzatish vositalarini tanlash zarur.

2. Sugʻurta mahsulotlarini sotishda reklama asosiy vosita sifatida

Hozirgi paytda reklama tadbirlari va reklama axboroti uzatish vositalari sifatida gazeta, jurnal, radio, televidenye, tashqi va tranzit (transport) reklamasi, koʻrgazmalar, toʻgʻridan toʻgʻri joʻnatmalar, internetdan foydalaniladi.²³ Sanab oʻtilgan reklama axborot uzatish vositalari va reklama tadbirlari va aksiyalari u yoki bu jamoatchilik guruhlariga nisbatan muayyan tavsifnomalar va imkoniyatlarga ega. Sugʻurta vakillarining qamrab olish hududi, sugʻurta polislari amal qilish hududi (sugʻurta qoplami hududi), sugʻurta qildiruvchilarning sugʻurta qiluvchi faoliyat hududiga va turli reklama vositalarining tarqalish (amal qilish) hududiga nisbatan turar joyi reklama axboroti uzatish vositalarini tanlashni belgilab beradigan muhim omil hisoblanadi.

Reklama axboroti uzatish vositalarini tanlashda reklama murojaati xarakterini ham hisobga olish zarur (shaxsiy, uy vaziyatida, manfaatdor shaxsga, maxfiy, umumiy yoki xususiy xarakterli sugʻurta turlarini yoki sugʻurta kompaniyasi va uning xizmatlarini reklama qiladigan). Oʻz navbatida, reklama murojaati xakteri

²³ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

sugʻurta qiluvchi aynan qaysi obrazni yaratishga intilishiga, qaysi xususiyatlar va jihatlarni ajratib koʻrsatishni istashi bilan bogʻliq, chunonchi:

➤ sugʻurta xizmatlari sifati, ishonchlilik, barqarorlik, majburiylik, toʻlovlar realligi;

➤ rivojlangan qoʻshimcha servis, xizmat koʻrsatish darajasi yuqoriligi, eksklyuziv xizmat koʻrsatish;

➤ oʻsish, olgʻa harakat, texnologik yetakchilik.

Reklama axboroti uzatishning asosiy vositalarini koʻrib chiqamiz.

Ommaviy axborot vositalarida reklama. Ommaviy axborot vositalarida reklama kampaniyasi oʻtkazishga tayyorgarlikning albatta boʻlishi shart boʻlgan bosqichi ularni reklama qilinayotgan sugʻurta xizmatlari xarakteri yoki xususiyatlarini hisobga olgan holda oldindan tanlab olish hisoblanadi. Haqiqatdan ham transport yoki sanoatning maʼlum bir turlari uchun reklama kampaniyasini ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalarida oʻtkazish maqsadga muvofiq. Ommaviy axborot vositalarida reklama kampaniyasini rejalashtirishda oʻtish davri xususiyatlarini hisobga olish zarur:

➤ odamlarning oʻzgaruvchan psixologiyasi va turmush tarzi, yuzaga kelgan hayotiy uslublari va anʼanalariga ega boʻlgan guruhlar yoʻqligi;

➤ nodavlat firmalarining koʻpchiligi noaniq yoki dinamik surʼatlarda oʻzgaradigan strategiyasi;

➤ jadal surʼatlar bilan rivojlanayotgan ommaviy axborot vositalari bozori;

➤ boshqa barcha bozorlarda tez va kutilmaganda oʻzgaradigan vaziyat.

Ilgari sugʻurta kompaniyasi tomonidan qaysi reklama vositalari foydalanilganini hisobga olish, ularning samaradorligini tahlil qilish va raqobatchilar tajribasini diqqat bilan oʻrganish zarur. Reklama xabarini tarqatish kanalini tanlashda ommaviy axborot vositalaridan har birining kuchli va kuchsiz tomonlarini aniq tasavvur qila olish kerak. Buning uchun asosiy tavsifnomalarni baholash zarur:

➤ nashrning (dasturning) tiraji (qamrovi). Umumiy tiraj, tiraj sonining obuna boʻyicha, chakana savdo tarmogʻida, boshqa tarqatish kanallari boʻyicha

taqsimlanishi. Tiraj sizning taklifingiz bilan tanishish mumkin bo'lgan o'quvchilar (tomoshabinlar, tinglovchilar) soni haqida tasavvur beradi;

➤ taqsimot mintaqalari (shahar tumani yoki kichik tuman, shahar, bir nechta shahar, tuman, viloyat, butun respublika);

➤ butun aholi bo'yicha reyting – ushbu nashr (dastur) muloqot doirasi sonining butun aholi soniga nisbatini ko'rsatadigan ko'rsatkich;

➤ maqsadli guruh bo'yicha reyting – ushbu nashr (dastur) muloqot doirasi sonining maqsadli guruh soniga nisbatini ko'rsatadigan ko'rsatkich. Bu turdagi muayyan maqsadli muloqot doirasiga mo'ljallangan mediareja tuzish kerak bo'lgan payt doimo foydalaniladi;

➤ obunachilar «xarakteri»ni asoslab beradigan nashr xarakteri. Shu sababli hali chop etishdan oldin potensial sug'urta qildiruvchilar toifasini – ularning kim ekanligi, qaysi ijtimoiy qatlam yoki guruhga mansubligini aniqlab olish zarur;

➤ axborot kanali (bosma nashr, sun'iy yo'ldosh TV-kanali va h.k.) qiymati. Nashr qanchalik qimmat bo'lsa, uning muloqot doirasi daromad darajasi shunchalik baland bo'ladi;

➤ reklama qiymati. Ko'pincha bir qarashda bir xil bo'lgan ikki nashr orasida reklamani joylashtirish arzonroq bo'lgan nashr tanlab olinadi. Bu doim ham to'g'ri emas. Axborot uzatish sifati (masalan, reklama uchun tematik rubrikalar mavjudligi), reklama sifati va umumiy rasmiylashtirilishi, uning o'quvchilar uchun qulayligi ham tahlil qilinishi zarur. Reklama agentliklari bilan ishlashda tejamkorlikka erishish mumkin, chunki ular katta hajmda chegirma taqdim etishi mumkin (garchi istisnolar ham bo'ladi);

➤ nashr formati, u o'z navbatida, reklama e'loni o'lchamlarini belgilab beradi;

➤ reklamani chop etish muddatlari;

➤ ulgurji buyurtma uchun chegirma, shoshilinchlik uchun, muayyan joy uchun, ranglilik uchun ustama.

Sizning reklamangiz samarali tez-tez chiqishi quyidagi omillarni hisobga olgan holda reja tuzishda ifodalangan reklama kampaniyasi o'tkazish maqsadidan

kelib chiqib aniqlanishi mumkin:

- sug'urta kompaniyasi mashhurligi;
- sizning reklamangiz umumiy sifati va ijodiy qaror individualligi;
- ommaviy axborot vositalarining raqobatchilar reklamasi bilan to'yinganligi

va uning sifati;

- ko'rsatuv (nashr) tematikasining reklama xabari mazmuniga muvofiqligi;
- muloqot doirasi ixtisoslashuvi yoki taqsimlanishi;
- reklama xabari hajmi (maydoni yoki davomiyligi);
- nashrda (ko'rsatuvlarda) reklama xabarining holati;
- reklama uning davomida yodda qolishi mumkin bo'lgan vaqt oralig'i,

masalan, reklama navbatdagi cho'qqisigacha.

Bu mezonlarning aksariyati sizning reklamangiz e'tibor jalb qilishi yoki jalb qila olmasligini baholashga yordam beradi. Muloqot doirasining e'tibori qanchalik yuqori bo'lsa, unga reklama xabarini shunchalik kamroq marta namoyish etish zarur bo'ladi. Reklamaga e'tiborni raqamlar bilan ifodalash qiyin, qoidaga ko'ra, reklama xabari va reklama vositalarini sifatli baholash foydalaniladi. miqdoriy ko'rsatkichlar esa ancha murakkab va mediarejalashtirish bilan to'g'ridan to'g'ri bo'lmagan bog'liqlikka ega. Lekin shunga qaramay, tez-tezlik eslab qolishning kaliti deb hisoblash qabul qilingan: reklamaning faol bosqichi vaqtida tez-tezlik qanchalik yuqori bo'lsa, reklama shunchalik uzoq yodda saqlab qolinadi. Tadqiqotchilik markazlari va reklama agentliklari har yili reklama tashuvchilar soni, reklama bilan muloqotlar soni bilan, xaridorlar kayfiyati va maqsadli muloqot doirasining xulq-atvori o'zgarishi bilan bog'liqlikni aniqlash bo'yicha tadqiqotlar o'tkazadi. Sug'urta kompaniyasining taniqli bo'lishi uchun tanlab olingan maqsadli muloqot doirasi bilan qancha reklama muloqoti zarur? Masalan, marka (logotip) taniqliligiga erishish uchun agar ajoyib reklama g'oyasi amalga oshirilgan bo'lsa, ikki-uchta muloqot etarli bo'lishi mumkin.

Taklif etilayotgan chegirmalar va imtiyozlar tizimi haqida axborot uchun (agar mijoz sug'urta qildirishni istasa), ehtimol, bir-ikkita muloqot kifoya qiladi. Biroq, «hozirning o'zida» sug'urta qildirish ehtiyoji bo'lmagan, lekin «umuman»

sug'urta qildirish ehtiyoji mavjud maqsadli guruh vakillari uchun tez-tezlik to'rt-beshtadan kam bo'lmasligi lozim. Agar kompaniya oldida yorqin va o'ziga xos xususiyatlarsiz yangi sug'urta turini «aylantirish» vazifasi turgan bo'lsa, bunda muloqotlar tez-tezligini baholashda sakkizdan o'ngacha muloqotga harakat qilish kerak. Bu baholarning barchasi shartli, chunki ular maqsadli muloqot doirasi bilan reklama muloqotlar samarali tez-tezligini aniqlashda fikr-mulohazalarning borishini ko'rsatadi.

3. Sug'urtalovchilar faoliyatida reklamani rejalashtirish usullari

Reklamani joylashtirishni rejalashtirishda ommaviy axborot vositalari samaradorligini baholash lozim. Sug'urta kompaniyasi bu ishni quyidagi uslubiyatlardan foydalangan holda bajarishi mumkin:

- narx orqali: pul, tiraj eng an'anaviy baholash usullaridan biri (polosa uchun reklama tarifi nashr tirajiga bo'linadi va 1000 ga ko'paytiriladi); analogiya usuli (eng yaxshisi – raqobatchilar reklamasi bo'yicha; - reklama qiymati, soni, reklamani joylashtirish joyi).

Biroq bunda shuni aniq tushunish kerakki, ko'plab nashrlar uchun kirish va chiqish ma'lumotlarida ma'lum qilingan tiraj chop etilgan tirajdan, chop etilgan tiraj esa – haqiqatda tarqatilgan tirajdan farq qiladi. Xorijda bo'rttirilgan tirajlar “sovun pufaklari”ga qarshi kurashning amaliy natija beradigan shakllari ishlab chiqilgan. Reklama beruvchilarda o'z nufuzi haqida qayg'uradigan nashrlar tomonidan amalga oshiriladigan ko'ngilli audit jarayoni eng samarali usullardan biri hisoblanadi. Maxsus auditorlar yoki auditorlik firmalari tekshiruv natijalariga ko'ra amaldagi tirajning ma'lum qilingan raqamlarga muvofiqlik haqida xulosa beradi. Bunday xulosa ancha qimmatga tushadi, tekshiruvlar o'tkazish maxsus malaka (demak, litsenziya ham) talab qiladi, shunday ekan bizning mamlakatimizda bunday amaliyotni joriy qilish faqat sinov tariqasida o'ringa ega bo'lishi mumkin. SHu sababli ommaviy axborot vositasi samaradorligini mufassal tadqiq etishni yetarlicha tajribaga, zarur axborotga va professional darajada tayyorlangan xodimlar shtatiga ega bo'lgan reklama agentligiga topshirish

ishonchliroq bo‘ladi.

Oliy bo‘g‘in rahbarlarining axborotni afzal ko‘rishi tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, kompaniyalar rahbarlari eng samarali reklama tashuvchilar, deb bosma nashrlar – gazeta va jurnallarni hisoblaydi. Shu bilan bir paytda matbuotda reklama kampaniyasining muvaffaqiyatga erishishi yoki muvaffaqiyatsizligi nashr etilayotgan reklamaning badiiy afzalliklari va professionalligiga, sifatga bog‘liq bo‘ladi.

“Ushbu reklama xabari sizga qay tarzda yetib bordi?” degan savolga javob berishda reklama ularga biznes uchun tovar yoki xizmat xarid qilishda yordam bergan rahbarlar sonining foizdagi nisbati quyidagi ko‘rinishga ega:

Gazeta orqali	57,2
Jurnallar orqali	22,8
Radio orqali.	15,9
Televidenye orqali	11,8
Ko‘rgazmalar orqali.	11,7
Pochta reklamasi	10,3
Faks bo‘yicha reklama.	9,0
Reklama agenti.	5,5
Ko‘cha reklamasi.	2,8
Internet reklamasi.	2,1
Metrodagi reklama	1,4
Transportdagi reklama.	1,4
Boshqa tarzda	4,8

*Gazetadagi reklama*²⁴. Gazetalarda reklama e‘lonlari o‘quvchilarda e‘lon mazmunini fikrlab berish uchun radio yoki televizor orqali reklama bilan taqqoslaganda ko‘proq vaqt bo‘ladi. Biroq iste‘molchilar ko‘pincha gazeta orqali reklamani pisand qilmaydi. Bu ma‘noda radio yoki televidenie orqali reklama, shuningdek, pochta orqali reklama samarali bo‘ladi. Gazeta reklamasida asosiy mazmunga zarar yetkazmagan holda sizning firmangiz manziliga qanday yetib

²⁴ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder “Secrets of Successful Insurance Sales”

borish mumkinligini, shuningdek, sotuv shartlarini ko'rsatadigan xarita yoki rejani joylashtirish mumkin. Gazetalar mijozlarga muayyan axborot – sug'urta polislari tavsifnomalari, narxi, chegirmalar, imtiyozlar berish imkonini beradi. Biroq, qoidaga ko'ra gazeta bosmasi sifati ancha past, bu esa kichik grafikli elementlar va fotosuratlardan foydalanishni qiyinlashtiradi. Gazetada reklama e'loni joylashtirish, boshqa ommaviy axbrot vositalari bilan taqqoslaganda osonroq va arzonroq bo'ladi. Bir marta original-maket yasab, undan bir necha marta foydalanish mumkin. Biroq, boshqalardan jiddiy farq qiladigan, e'tiborni jalb qiladigan gazeta e'loni tayyorlash ancha qiyin. Bundan tashqari zamondoshlarimizda gazeta o'qish uchun avvalgidan ko'ra vaqt ancha kam. Bugungi kunda o'quvchi maqolalarni tezda ko'z yugurtirib chiqadi, reklamaga esa nazar tashlaydi, xolos, shu sababli reklama sezilmay qolib ketishi ehtimoli katta. Gazetalar yetarli darajada tezkordir. Sizing e'loningiz berilgan paytdan boshlab 3-5 kun o'tgach paydo bo'lishi, so'nggi o'zgarishlar esa gazeta bosmaxonaga topshirilishidan oldin kiritilishi mumkin. Biroq shunday vaziyat ham yuzaga kelishi mumkinki, bunda reklama shoshilinch tahririyat materiali bilan almashtiriladi. Shu sababli qo'shimcha xarajatlarsiz reklama e'loni chiqadigan aniq sanani qayd qilish imkoni doim ham mavjud emas.

Jurnallardagi reklama. Jurnal bu – gap reklamani tanlab olingan iste'molchilar guruhiga qaratish haqida borganda kerak bo'ladigan narsa. Boshqa hech qanday reklama turi (pochta orqali reklama va Internet reklamasini istisno qilganda) demografik, professional va boshqa qandaydir belgilar bo'yicha tanlab olingan belgilangan aholi toifalariga axborotni bu qadar samarali yetkaza olmaydi. Biroq shuni esdan chiqarmaslik kerakki, sizning e'loningiz boshqa ko'plab e'lonlar bilan raqobatlashadi. Bundan tashqari jurnal tayyorlash texnologiyasi reklamaga tezkor o'zgarishlar kiritishga imkon bermaydi.

Ko'plab jurnal toifalarining o'quvchilar muloqot doirasi bu asosan ma'lumotli kishilar bo'lib, bu ularda ancha murakkab reklama matnlarini ("tub ma'no"ga boy) gazetalarga nisbatan ko'proq joylashtirishga, demak, sug'urta kompaniyasi va u taklif qiladigan xizmatlar haqida batafsilroq xikoya qilib berishga imkon beradi.

Biroq, boshqa tomondan, jurnallar o'quvchilari, qoidaga ko'ra, boshqa ommaviy axborot vositalarining muloqot doirasidan ko'ra o'z qiziqishlarini kamroq o'zgartiradigan yetuk shaxslar hisoblanadi.

Jurnallarda reklama narxлари juda qimmat ham, juda arzon ham bo'lishi mumkin – bu nashr yo'nalishi va tiraji bilan izohlanadi. Biroq reklama samardorligi reklama maydoni narxiga to'g'ridan to'g'ri bog'liq bo'lmaydi va reklama samarasini oldindan aytib berish qiyin.

Ta'kidlash joizki, matubotda sug'urta kompaniyalari reklamasi o'ziga xos xilma-xilliklari bilan ham, hajmi bilan ham ajralib turmaydi. Sug'urta kompaniyalarining, masalan, "Prestij", "Chastniy sektor" kabi reklama va e'lonlarga ixtisoslashgan gazeta va jurnallarda reklama deyarli uchramaydi. Bunday reklama o'zidan-o'zi sug'urta kompaniyasining imidjini shakllantirishga yordam berishi va sug'urta mukofotlari yig'ishning keskin o'sishini ta'minlash ehtimoli past. Biroq u turli xildagi qisqa muddatli reklama aksiyalarida yetarli darajada samarali bo'ladi (mavsumiy chegirmalar, maxsus takliflar va h.k.). Reklama e'loningiz istiqbollari qanday baholash mumkin? Klod Gopkinsning fikriga ko'ra, muammolar yechimini topishning yagona usul bor – bu ham bo'lsa xaridordan so'rashdir.

Reklamani ommaviy axborot vositalarida reklama qilishni rejalashtirish kabi murakkab masalada reklama beruvchiga to'g'ri yo'lni qo'llashda yordam berishi mumkin bo'lgan reklama xabarlarini oldindan sinab ko'rish borasida maxsus ishlab chiqilgan usullar mavjud. Oldindan sinab ko'rish yaxshi e'lonni yomon e'lonlardan farqlash uchun zarur.

Shu bilan birga oldindan sinab ko'rish uslubiyati ko'plab cheklovlarga ega bo'lib, reklama beruvchi ularni hisobga olishi zarur. Fakt tekshiruvdan o'tgani va sun'iy vaziyat yuzaga keltirishga olib kelishidan tashqari respondentlar odatiy potensial xaridorlar rolini o'ynamay qo'yishi mumkin – ular tanqidchilar yoki bilag'onlar rolini o'ynashni istab qolishi va ularning real xulq-atvorini aks ettirmaydigan javoblar berishi mumkin. Ularga taqdim etilgan reklama haqida aniq fikrga ega bo'lmagan iste'molchilarni qoniqtirish uchun uni o'ylab topishlari

mumkin. Bunday ayrim iste'molchilar reklama ta'siriga moyil ekanini tan olishni istamaydi. Boshqalar esa intervyuerga yoqimli taassurot qoldirishni (bu esa mustaqil ekspertiza foydasiga xizmat qiladi) va aslida unga yoqadigan reklama e'lonlarini emas, balki ularga yoqishi lozim bo'lgan e'lonlarni (bu yerda ijtimoiy maqsadga muvofiqlik omili ish beradi) maqtashi.

Oldindan tekshirish odatda, oldindan sinab ko'rishdan ko'ra ko'proq vaqt va mablag' talab qiladi, lekin aynan u sun'iy yaratiladigan sharoitlardan qochgan holda real sharoitlarda reklama e'lonlari ta'sirini sinab ko'rishga imkon beradi. Bunday tekshiruvlardan maqsad shundan ham iboratki, firmalar reytingini mahsulot bo'yicha, servis bo'yicha va raqobatchining holati bilan boshqa tavsifnomalar bo'yicha taqqoslash kerak bo'ladi.

Esda saqlanib qolishni tekshirishning maqsadi reklama qilinayotgan tovar yoki xizmatga bo'lgan munosabat yoki u haqidagi fikr-mulohazalarni bilib olish emas, balki muayyan xulq-atvorni aniqlash hisoblanadi. SHu sababli mazkur holatda reklama uning tabiiy ravishda taqdim etiladigan sharoitlarda qanday amal qilishi nuqtayi nazaridan tekshiriladi. Bunday tekshiruv reklama e'lonlarining o'qilishi, ularning raqobatchilar reklamasi bilan taqqoslaganda qanday ishlashini va sug'urta qildiruvchilar ongida qanchalik mustahkam o'rnashib qolishini aniqlash uchun juda foydalidir. Bu usullar sug'urta qildiruvchilar ularga reklama beruvchining murojaati mohiyatini tushunishini aniqlashga imkon beradi va reklama e'lonlarining o'lchami, rangi yoki sug'urta qildiruvchining e'tiborini jalb qilishi lozim bo'lgan boshqa alohida reklama tarkibiy qismlarining samaradorlik darajasi haqida qimmatli natijalar beradi. Esda saqlab qolishni tekshirish reklamaning ta'sir darajasini emas, balki faqat u bilan tanishlikni belgilab beradi. Reklamani ko'rishgani yoki o'qishgani hali sotuvning albatta o'sishini anglatmaydi. Sug'urta polisi u bilan tanish bo'lganlar tomonidan emas, reklamani ko'rganlar tomonidan xarid qilinishiga qaramay, reklama e'loni yagona motivatsiya qiluvchi kuch, deb hisoblanishi mumkin emas. Esda saqlanib qolishni tekshirish inson xotirasi o'zgaruvchanligini hisobga olishi lozim. Ayrim odamlar yaxshiroq eslab qoladi, boshqalar esa – yomonroq. Kimdir o'z hissiyotlarini

boshqalardan ko'ra yorqinroq ifodalay oladi. Respondentlar ko'pincha sarosimaga tushib qolishi, xijolat tortishi mumkin. Bundan tashqari foydalaniladigan uslubiyat turli o'yga borish, idrok va farosatni uyg'otishi mumkin. Boshqa tomondan tovarga munosabatning o'zgarishini tekshirish ko'pincha sotuv samaradorligini aniqlashning eng yaxshi usuli bo'lib xizmat qiladi. Bunday tekshiruvlar o'tkazish u qadar qiyinchilik tug'dirmaydi. Ular ko'p mablag' ham talab qilmaydi, chunki telefon, pochta yoki INTERNET dan foydalanish mumkin.

Har bir kishining sug'urta kompaniyasiga yoki u taqdim etadigan xizmatlarga munosabati murakkab hissiyotlar yig'indisini ifodalaydi. Ko'plab kishilar o'z munosabatini qiyinchilik bilan ifodalashi mumkin. Qalb tubida yashiringan hamda diniy yoki falsafiy dunyoqarashlar bilan belgilanadigan hissiyotlarga hattoki, miyaga eng o'rnashib qoladigan reklama ham ta'sir etishi qiyin. Va nihoyat, ijobiy munosabat shakllanishi reklama qilinayotgan xizmatlar albatta xarid qilinishini anglatmaydi. Lekin shunga qaramay, ko'p yillik reklama faoliyati amaliyoti shuni ko'rsatadiki, reklama xabari bilan tanishishda bilim olish va xotirani rag'batlantiradigan samarali reklama yaratishning ma'lum bir tamoyillari mavjud – bu sug'urta xizmatlariga munosabatni o'zgartirishga erishish uchun muhim bo'lgan ikkita narsadir.

Har qanday sug'urta kompaniyasining bosh maqsadi o'z xizmatlarini sotish darajasini oshirish hisoblanishi sababli, sotilish ko'rsatkichlarini tekshirish eng ommaviy hisoblanadi. Shubhasizki, bu turdagi tekshiruvlar reklama sotuvni tashkil qilish borasida yetakchi element hisoblangan holatlarda reklama samaradorligini aniqlash uchun juda foydalidir.

Biroq sotuvning o'sishi borasida bunday tekshiruvlarga tamomila umid qilib, bog'lanib qolmaslik kerak. Ko'pincha to'planayotgan sug'urta mukofotlari hajmiga aynan reklama qay darajada ta'sir etganligini aniqlash qiyin bo'ladi, chunki boshqa ko'plab omillar (masalan, raqobatchilar faoliyati, yil fasli, dong'i ketgan sug'urta hodisalari va halokatlar, hattoki ob-havo ham) ta'sir ko'rsatishi mumkin. Sotuv darajasining o'zgarishi reklama ta'sirining bir onda sodir bo'ladigandan ko'ra ko'proq uzoq muddatli natijasi hisoblanadi.

*Tele va radioreklama*²⁵. Televizion va radioreklama butun dunyo bo‘ylab reklama beruvchilar orasida juda ommaviy hisoblanadi, chunki u eng katta muloqot doirasiga murojaat qilish uchun imkon beradi. Biroq uning muloqot doirasi qanchalik katta bo‘lsa, shunchalik xilma-xil ham hisoblanadi. «O‘zining» maqsadli guruhiga ta’sir ko‘rsatish qiyin, chunki ixtisoslashgan ko‘rsatuvlar soni juda kam. Televidenye va radioda amaliyotning ko‘rsatishicha, turli konkurslar, lotereyalar, televizion viktorinalar va "tok-shou"ga homiylik qilish va h.k. katta muvaffaqiyatga erishadi.

Televidenye yordamida firma va uning markasini targ‘ib qiladigan nufuzli reklama ham, muayyan xizmatlar sotishni rag‘batlantiradigan tijorat reklamasi ham amalga oshirilishi mumkin. Qoidaga ko‘ra televidenyedagi reklamanning ikki turidan faqat birinchisi katta samara beradi. Bu birinchidan, muloqot doirasining bir xil emasligi bilan, ikkinchidan esa – reklamani qabul qilish psixologiyasi o‘ziga xosliklari bilan izohlanadi. Televizor qarshisida dam olayotgan yoki ekranga ish orasida nazar tashlab qo‘yadigan kishi ishbilarmonlik qarorlari qabul qilish va manzilni yoki telefon raqamini yozib olish uchun darhol qo‘liga qalam olishga unchalik moyil bo‘lmaydi.

Potensial xaridor sizning reklamangiz paydo bo‘lgan vaqtda uning yordamida televizionni boshqa kanalga o‘tkazishi mumkin bo‘lgan masofadan boshqarish pulti ko‘rinishida namoyon bo‘ladigan texnika taraqqiyoti yana bir qo‘shimcha to‘siq hisoblanadi. Shu sababli bitta reklama roligi yoki klipini televidenyeda ko‘p marta takrorlash katta ahamiyat kasb etadi. Agar sizning reklamangiz efirda faqat 1-3 marta paydo bo‘lgan bo‘lsa, pulni havoga sovurdim, deb bemalol aytishingiz mumkin. Televidenyeda uzoq muddatli va keng miqyosdagi reklama kampaniyasi faqat "Uzbekinvest" NKEIS kompaniyasi tomonidan amalga oshirilgan. Boshqa sug‘urta kompaniyalarining reklamasi ekranlarda juda kam paydo bo‘ladi va keng miqyosdagi reklama kampaniyasi xarakteriga ega emas. Qoidaga ko‘ra radioreklamani aholi bilan ishlayotgan va o‘z polislarini respublikamiz hududining katta qismini qamrab oladigan filiallar tarmog‘i orqali taklif qiladigan

²⁵ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

kompaniyalar tayyorlaydi. Teleekranda eng samarali vaqt – erta tong, kech oqshom (prime-time), kun esa – shanba hisoblanadi. Eng katta foyda keltiradigan oylar - yanvar, fevral, mart. Reklama beriladigan teledastur qanchalik qiziqaril bo'lsa, reklama beruvchi uchun shunchalik yomon – dasturdan olinadigan taassurotlar reklamadan olinadigan taassurotlarni «yuvi» ketadi.

Radioreklama ko'pincha samaraliroq bo'lib chiqadi, chunki ko'plab korxonalarda butun kun davomida yangrab turadi, uyda va avtomobilda ham ko'pchilik kuni bilan radiopriemnik yoqib qo'yadi. Biroq aynan shu sababli, agarda siz muttasil yangrab turadigan ovoz fonidan keskin ajralib turadigan qila olmasangiz, sizning reklamangiz ish bermasligi ham mumkin. Sug'urta xizmatlari samarali radioreklamasi kamdan kam uchraydi. Samarali reklama sifatida Rossiyaning ROSNO sug'urta kompaniyasining reklamasini misol qilib keltirish mumkin: "Ushbu bahorda ROSNO sizni muhabbatdan sug'urta qila olmaydi". Yaxshi tanlab olingan ohang, o'zgarmas muvaffaqiyatli kontekst, ko'rsatuv vaqti va joyini to'g'ri tanlash ushbu reklamaga muvaffaqiyat bo'lmasada, shubhasiz samaradorlik ta'minladi.

Radioda sug'urta reklamasi hozircha juda ham kam, vaholanki, fuqarolar mulki va avtomobillarni sug'urta qiladigan kompaniyalar uchun puxtalik bilan rejalashtirilgan reklama xabarlarini sikli, shubhasiz, yetarli darajada samarali bo'ladi. Reklama dasturi va vaqtini belgilashda radiostansiyalar va telekanallar muloqot doiralarining ijtimoiy-demografik tavsifnomalaridan foydalanish lozim.

Tashqi reklama. Tijorat asosidagi tashqi reklama - bizning respublikamiz uchun nisbatan yangi bo'lgan ko'rinishdir. Uning samaradorligini baholash usullarini hali mutlaqo ishonchli va shubhasiz to'g'ri, deb hisoblash mumkin emas.

O'tkazilgan so'rovlar shuni ko'rsatadiki, reklamaning ushbu turi xususiy shaxslar e'tiborini jalb qilish uchun eng samarali turlardan biri bo'lib chiqdi. So'rovda ishtirok etgan, rahbar lavozimlarni egallamagan respondentlarning 60%dan ortig'i tashqi reklamani u yoki bu sug'urta kompaniyasi haqida asosiy axborot manbasi, deb atagan.

Aksariyat hollarda tashqi reklama shaharni bezab turadi, ayrim ijodiy

yechimlar esa hattoki, eng yaxshi g'arb namunalaridan ortda qolmaydi. Tashqi reklama vositalari qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin: binolar va inshootlardagi reklama taxtalari, ko'rsatkichlar, binolardagi vitrinalar, tashqariga chiqarib qo'yiladigan vitrinalar, ko'chalarda joylashtiriladigan reklama taxtalari, havo sharlari va aerostatlardagi reklama, nur sohib turadigan elektron tablolar va boshqa reklama, plakatlar va h.k. Muvaffaqiyatsiz tayyorlangan reklama bilan shaharning istalgan nuqtasini «buzib» qo'yish mumkin. Har qanday reklamani noto'g'ri joyga joylashtirish bilan «buzib» qo'yish mumkin.

Tashqi reklamaga qo'yiladigan asosiy talablar, umuman olganda, reklamanning aksariyat turlariga qo'yiladigan talablar kabi – aniqlik, ko'rgazmalilik, qisqalikdir. Odatiy maxsus talablar – ob-havo sharoitlari ta'siriga va ayrim toifadagi fuqarolar harakatlariga chidamlilik; yirik hajm (doim ham emas), yoritish bilan bog'liq sharoitlar va qulay joylashuvdir. Afsuski, reklamani joylashtirish uchun shubhasiz yaxshi joylar bo'lmaydi (yoki ular allaqachon band qilingan bo'ladi).

Ko'chadagi reklama taxtalarida joylashtiriladigan reklama. Tashqi reklama uchun joyni diqqat bilan tanlab olish zarur bo'lib, bunda quyidagi omillarni hisobga olish lozim:

1. Borish yo'li bilan oraliqdagi masofa. Reklama joylashtirilgan panno yoki plakatni yaxshilab ko'rishga imkon beradigan bu masofa qanchalik katta bo'lsa, sizning reklamangiz shunchalik samarali bo'ladi.

2. Yon atrofdan o'tadigan transport tezligi. Tezlikning yuqori bo'lishi kutilayotgan samaraga teskari proporsional bo'ladi.

3. Reklama joylashtirilgan panno yoki plakatni ko'cha harakatiga nisbatan o'rnatish burchagi. To'g'ri proeksiya eng afzaldir. Afsuski, reklama vositalarining aksariyati avtotransport trassalari va yo'lovchilar qatnaydigan yo'laklarga nisbatan ma'lum bir burchakda o'rnatilganligini qayd etishga to'g'ri keladi.

4. Reklama pannosi yakka holatda joylashtirilgan va boshqa hech qanday reklama vositalari potensial xaridorning e'tiborini chalg'itmaydigan bo'lishi eng katta samara beradi. Toshkentda bu holat kamdan kam uchraydi.

Sug'urta kompaniyalarining tashqi reklamasi asosan axborot berish

xarakteriga ega bo'lib, qoidaga ko'ra shahar ko'chalari va avtotrassalardagi katta reklama taxtalari bilan ifodalanadi.

Reklama taxtalari alohida sug'urta turlarining reklamasidan ham, imidj reklamasidan ham iborat bo'lishi mumkin, biroq bunday reklamani tez-tez almashtirib turish aholining sug'urta kompaniyalari barqarorligi, ishonchliligi va doimiyligi ortishiga xizmat qilmaydi.

Tranzit reklama. Respublikamizda sug'urta kompaniyalari avtotransport reklamasidan deyarli foydalanmaydi. Vaholanki, hatto sug'urta kompaniyasining xizmat avtomobillarida joylashtirilgan reklama ham ma'lum bir ijobiy natija berishi mumkin, lekin shuni ham esdan chiqarmaslik kerakki, odamlarning reklama joylashtirilgan transport vositasiga munosabati reklamaning o'ziga ham o'tib ketishi mumkin.

Metro va elektropoezdlarda sug'urta kompaniyalari tomonidan joylashtirilgan reklama alohida kompaniyalarning jur'atsiz urinishlari bilan ifodalangan bir paytda Devid Ogilvi metrodagi reklama haqida gapirganda uning boshqa reklama turalri oldidagi muhim ustunligini qayd etib o'tgan: agar yo'lovchi bu reklamani o'qish imkoniga ega bo'lsa, uni albatta o'qiydi.

Metro yo'lovchilari qarshisida joylashtirilgan reklama plakati ularning e'tiborini albatta jalb qiladi va bir necha daqiqa davomida yo'lovchilar palakatni o'qib ketadi (albatta, agar u yerda o'qishga arziydigan narsa bo'lsa).

Qancha reklama joyi kerak va ularni qanday muddatga buyurtma qilish lozim? Savol oddiy emas, lekin unga doimo javob bersa bo'ladi. Bir oyga joylashtirilgan uch yuzta o'rin metro yo'lovchilarining 30-40%ini qamrab olishga imkon beradi (bu yerda kamida bir haftada bir marta metrodan foydalanadigan kishilar metro yo'lovchilari hisoblanadi).

Bu ko'rsatkich 600-800 o'ringacha oshirilganda qamrab olish 50-60% gacha o'sadi. Lekin o'rinlar soni yanada oshirilganda qamrab olishning o'sishi keskin pasayadi. Masalan, plakatlar sonini 1200 gacha oshirib, atigi 19% o'sishga erishish mumkin. Bu axborot Sankt-Peterburgda A3 va A2 o'lchamli plakatlar uchun olingan. Agar eslab qolish va idrok qilish chiziqli ravishda o'lchamga bog'liq deb

faraz qiladigan bo'lsak (bu, albatta, aslida bunday emas), hisoblab chiqish qiyin emas metro vagonlarida qo'llanadigan o'lchamdagi plakatlar uchun yo'lovchilarning 30-40% va 50-60%ini qamrab olish uchun shuni mos ravishda, bir oyga muddatga joylashtirilgan 1200 ta va 3000 ta o'rin talab etiladi.

Agar reklama 3 oyga yoki yarim yilga joylashtiriladigan bo'lsa, bunda nima ro'y beradi? Uning samaralorligi sezilarli darajada pasayadi. Rangli dog' samarasi vujudga keladi (yo'lovchilar faqat yangi plakatlargagina e'tibor qaratadi). Lekin bu yerda ham chiqib ketish mumkin bo'lgan yo'l bor: reklama beruvchi reklama joylashtiriladigan o'rinlarni uzoq muddatga ijaraga olishi, lekin reklama materiallarini bir oy bir yarim oyda almashtirib turishi mumkin.

Reklamani metroda joylashtirish puxta rejalashtirishni talab qiladi. Metroda reklama uchun (xuddi televizion reklama uchun bo'lgani kabi) bu reklamani ko'rish soni ortganda unga nisbatan tanqidiy fikrlar soni o'sadi degan qoida to'g'ri keladi. Shu sababli reklama materiallarini tezkorlik bilan almashtirish zarur, bu esa ancha qiyin. Reklamani bir haftaga qo'yish mumkin, plakatlarni esa kamida ikki haftada olishga to'g'ri keladi.

Reklamaning rangli dog' samarasiga aylanish vaqti turli transport vositalarida turlicha, masalan, fransuz tadqiqotchilarining ma'lumotlariga ko'ra, shahar atrofida qatnaydigan elektropoezdlarda bu vaqt metrodagidan ko'ra 2-3 baravar katta.

Adresli jo'natmalar va to'gridan-to'g'ri marketing. G'arb mamlakatlari bozorlarida bu reklama turlari eng samarali reklama turlaridan biri sanaladi. To'g'ridan to'g'ri jo'natma, masalan, nisbatan kichik maqsadli guruhga murojaat qilinganda eng katta foyda keltiradi. To'g'ridan to'g'ri reklamaga to'liq maxfiylikkacha bo'lgan darajada shaxsiy, ishonch asosida muloqot xarakterini berish mumkin.

Kompaniyalar va firmalar rahbarlariga reklama jo'natmalari samaradorligini tadqiq etish shuni ko'rsatadiki, konvertida adresatning familiyasi va ismi yo'qligida xatlarning faqat 10%gina manzilga yetib boradi (qolgan xatlar sekretariatlar, referentlar, kanselyariya tomonidan "uzib" qo'yiladi), familiya va ism mavjudligida esa bu ko'rsatkich qariyb 50%ga yetadi. Yanada ko'proq

miqdorga qanday qilib erishish mumkin? Sizning reklama xabaringiz maqsadli muloqot doirasi tomonidan o'qiladigan profilli obuna nashrlariga yoki boshqa har qanday adresatlar uchun mo'ljallangan jo'natmalarga hamrohlik qilishi mumkin. Bunday vaziyatda u darhol savatchaga tashlab yuborilmaydi – obuna davriy matbuotga ma'lum bir hurmat ilan munosabatda bo'lish baribir ko'pchilikning qoniga singib ketgan. Jo'natmalardan so'ng retsiptiyentlarga qo'ng'iroq qilib chiqish va kompaniyangiz xizmatlari haqida qiziqib qolganlikni aniqlash ham mumkin.

Ko'rgazmalardagi reklama. Sug'urta kompaniyalari uchun ko'rgazmalarning afzalligi nimada, nima uchun sug'urta qiluvchilar muntazam ravishda ko'rgazmalarda ishtirok etishi kerak? Bu savolning javobi ko'rgazmalar turiga bog'liq. Sug'urta kompaniyalari va ularning xizmatlarini taqdim etish, sug'urtani ommalashtirish uchun ixtisoslashgan ko'rgazmalar mavjud (MDH mamlakatlarida bu turdagi eng mashhur va keng ko'lamli ko'rgazma – Moskva shahrida qish faslida tashkil qilinadigan "Sug'urta" ko'rgazmasi). Shuningdek, turizm va dam olishga bag'ishlangan ko'rgazmalar, aviasalonlar va boshqa tematik va tarmoq ko'rgazmalari ham sug'urta qiluvchilarda katta qiziqish uyg'otadi.

"Sug'urta" ko'rgazmasi bu – nafaqat sug'urta qiluvchilar uchun biznes bo'yicha hamkasabalar bilan muloqot qilish balki sug'urta bozorining holatini baholash uchun ajoyib imkoniyatdir. Eng avvalo, aynan shu yerda, ixtisoslashgan ko'rgazmada sug'urta xizmatlari potensial xaridori o'zining bo'lajak sug'urta qiluvchisini topishi oson bo'ladi. Bu ko'rgazmalarda biznes bo'yicha hamkorlar bilan yangi muloqotlar o'rnatish yoki mavjud munosabatlarni rivojlantirish mumkin.

Tematik ko'rgazmalar doimo OAV e'tiborini jalb qilib kelgan va shunday bo'lib kelmoqda, tajribadan kelib chiqadiki, "Sug'urta" ko'rgazmasi bundan mustasno emas. Tabiiyki, matbuot uchun oldindan axborot materiallari - press-relizlar tayyorlash lozim.

Firmaning ko'rgazmalarda ishtirok etishi «firma kuni», taqdimot va matbuot anjumanlari o'tkazish bilan birgalikda amalga oshirilishi ideal natijaga olib keladi.

Ko'rgazmada «o'zining» sug'urta kompaniyasini ko'rib, mijoz yana bir bor o'z tanlovining to'g'ri ekanligiga ishonch hosil qiladi, yana bir bor «ko'nikish»ga xizmat qiladi. Shu tariqa imidj vazifasi bajariladi - "Biz tirikmiz! Biz hammadan yaxshimiz! Biz siz bilanmiz!". Tematik ko'rgazmalarga ayniqsa, puxtalik bilan va yaxshisi oldindan, kamida uch oy, eng yaxshisi olti oy oldin tayyorlanish zarur. Biroq bu ko'rgazmaga qo'yishdan voz kesish uchun baho bo'la olmaydi – axir sizning potensial mijozingiz ko'rgazmada sug'urta kompaniyasini uchratib, ularning orasida o'z kompaniyasini topishi va uning oldiga kelishi lozim! Buning ustiga shuni esdan chiqarmaslik kerakki, yirik ixtisoslashgan ko'rgazmada ishtirok etish kuchli imidj funksiyasini bajaradi, mos keluvchi raqobatchilar bilan taqqoslaganda siz uchun qulayroq pozitsiyani ta'minlaydi.

Ta'kidlash joizki, potensial sug'urta qildiruvchilar ishtirokidagi ko'rgazmalardan sezilarli darajada tijorat samarasi olish mumkin. Qaysi ko'rgazmalarni va qay tariqa to'g'ri tanlash mumkin? Tarmoq sug'urta kompaniyalari uchun bu tarmoq ko'rgazmalari, xorijga chiqadigan shaxslarni sug'urta qiladiganlar uchun – turistik firmalar ko'rgazmalari hisoblanadi.

Shunday qilib, ko'rgazmada ishtirok etish haqida qaror qabul qilindi. Ko'rgazma ochilishidan kamida ikki hafta oldin ommaviy axborot vositalarida reklama kampaniyasi o'tkazilishi lozim. Bu yoki muayyan yangi sug'urta mahsulotining reklamasi, yoki ko'rgazmada ishtirok etish haqida reklama bo'lishi mumkin, lekin nima bo'lganda ham sug'urta kompaniyasi ko'rgazmadagi ma'lum bir stendda taqdim etilgani haqida axborot matbuotda albatta paydo bo'lishi lozim. Bosma reklama tayyorlash va tarqatmasdan ko'rgazmada ishtirok etish samarasiz bo'ladi. Bu yerda asosiy muammo – tiraj hisoblanadi. Bosma mahsulot ko'rgazma o'tkaziladigan hamma kunlarga yetishi va bu mahsulot tashrif buruvchilar toifalariga qarab har xil turlarda taqdim etilgan bo'lishi lozim.

«Sug'urta» kabi jiddiy ko'rgazma oldidan tarqatma materiallar mutaxassislarining baholariga ko'ra quyidagi miqdorda tayyorlanishi lozim:

1. Sug'urta kompaniyasining tovar belgisi, manzili va taqdim etiladigan xizmatlar ro'yxati ko'rsatilgan, stend raqami albatta belgilab qo'yilgan, pavilyonga

kirish eshigi oldida tarqatish uchun, dk, tasodifiy tashrif buyuruvchilar, bolalar va h.k. uchun mo'ljallangan arzon reklama varaqalari - kamida 5000 nusxa.

2. Siz mehmon sifatida ko'rish istagida bo'lgan potensial hamkorlar va mijozlar uchun, bu yerda ham albatta stend raqami ko'rsatilgan holda ko'rgazmada ishtirok etish uchun taklifnomalar tayyorlash zarur (nomi yozilgan, muzokaralar yoki uchrashuvlar vaqti ko'rsatilgan holda) – kamida 100 nusxa. Bunday taklifnomalar ko'rgazmaning tashkiliy qo'mitasi tomonidan albatta ma'qullangan bo'lishi lozim.

3. Vakillar poligrafiyasidan kompaniya haqida va u ko'rsatadigan sug'urta xizmatlari haqida batafsil axborotdan iborat bo'lgan, yorqin bo'yoqlarda bezatilgan prospektlar, bukletlar tayyorlash maqsadga muvofiq – kamida 1000 nusxa.

4. Ko'rgazma bu – bayram, bayram esa sovg'asiz bo'lmaydi. Kompaniyangiz nomi yoki logotipi va koordinatalari tushirilgan, uyalmasdan tarqatish mumkin bo'lgan reklama suvenirlari - nakleykalar, arzon taqvimlar – kamida 1000 nusxa. Nisbatan qimmatroq reklama suvenirlari, shuningdek, ommaviy suvenirlar – ruchkalar, yondirgichlar, breloklar – kamida 100 nusxa. Va albatta, jiddiy tashrif buyuruvchilar uchun mo'ljallangan sovg'alar – kanselyariya anjomlari, kalkulyatorlar, charmdan yasalgan mahsulotlar va h.k. – kamida 50 nusxa.

5. Kompaniyaning tashrif qog'ozlari – kamida 500 nusxa va tashrif qog'ozlari kamida 100 nusxa.

Ko'rgazmalar o'tkazish tajribasi shundan dalolat beradiki, ko'rgazmalar boshqa reklama tarqatish vositalari bilan taqqoslaganda eng arzon vosita hisoblanadi. Haqiqatdan ham maqsadli muloqot doirasi bilan bitta reklama muloqoti qiymati katta emas, ko'rgazmaning o'ziga xos "eksterritorialligi" esa bunday muloqotlar o'rnatishni sezilarli darajada yengillashtiradi. Bu yerda siz ham, sizning potensial sug'urta qilidruvchilaringiz ham, sizning raqobatchilaringiz ham go'yoki neytral (betaraf) hujjatda bo'ladi. Bu reklama kampaniyasi o'tkazishda zarur bo'lgan ishonchga erishishning eng muhim omillaridan biridir. Tabiiyki, ushbu ishonch muhiti eng avvalo, PR usullari bilan yaratilishi lozim. Ko'rgazma – yangi sug'urta mahsulotlariga talabni tahlil qilish, raqobatchilarni va bozor holatini

o'rganish uchun ideal joydir. Va nihoyat, imidj shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish bo'yicha barcha faoliyat turlari ichida ko'rgazmalarda ishtirok etish sug'urta kompaniyasining reklama bo'limi xodimlari uchun eng yoqimli bo'lsa kerak. Ular ish vaqtida va o'zining bevosita xizmat majburiyatlarini bajargan holda har qanday ko'rgazma shunday hisoblangan bayramona muhitga sho'ng'ish imkoniyatiga ega bo'ladi.

4. Sug'urta mahsulotini internet orqali sotishdagi qulayliklar

Internet sug'urta mahsulotlarini sotishning yangi kanali hisoblanadi. Internetdan foydalanib sug'urta qiluvchilar an'anaviy sotuv kanali tashkil qilish borasida uzoq muddatli va qimmatbaho jarayonni aylanib o'tgan holda bozorga kirib borishi mumkin. Bu 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'molchilarga ijobiy ta'sir etadi. Elektron tijorat sug'urta qiluvchilarga xarajatlarni pasaytirish va sug'urta bozori «shaffof»ligini oshirishga imkon beradi. Sug'urta turlariga keladigan bo'lsak 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 har xil majburiyat turlari (fuqarolik majburiyatidan professional majburiyatgacha) sug'urta qilinadi.²⁶ Yevropada, AQSH va Rossiyada umumiy sug'urta turlariga kiradigan avtosug'urtaga internetda talab eng katta. Umumiy sug'urta bilan taqqoslaganda hayotni sug'urta qildirish bilan ikki baravar kamroq qiziqadi.

Shartnomani faqat bir necha marta uzaytirish 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

²⁶ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

o'zgartirib turishga moyil bo'ladi.

Mukammal virtual sug'urta ofisi

- mijozga kompaniyaning umumiy va moliyaviy holati haqida to'liq axborot taqdim etish;
- mijozga kompaniya xizmatlari haqida 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'urta qiluvchining elektron raqamli imzosi bilan tasdiqlangan polisni mijozga uzatish bevosita internet tarmog'i orqali amalga oshiriladi;
- shartnomaning amal qilish davri mobaynida sug'urta qiluvchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasida axborot almashinish imkoniyati (mijozning sug'urta kompaniyasidan turli hisobotlar, jumladan, to'lovlar va tushumlar, shartnomalar holati va ularning o'zgarish tarixi haqida hisobotlar olishi);
- sug'urta hodisasi ro'y berganda tomonlar o'rtasida axborot ayirboshlash;
- sug'urta hodisasi ro'y berganda internet tarmog'i vositasida sug'urta qildiruvchiga sug'urta mukofoti to'lash;
- sug'urta qiluvchining mijozga boshqa turdagi xizmatlar va axborot taqdim etishi: konsalting, sug'urta atamalari lug'ati.

Internet sug'urtasida muhim pozitsiyalar

- sug'urta xizmatini ko'rsatish holatini onlayn ko'rib chiqish imkoniyati;
- onlayn-sug'urtada xarajatlar pastligi yoki maqbul stavkalar o'rnatilganligi;

➤ onlayn-xizmatlar taqdim etuvchi kompaniyalarni tanlash imkoniyati kengroqligi;

➤ xavfsizlikning ortishi;

➤ o'zining moliyaviy vaziyatini onlayn o'zgartirish imkoniyati borligi;

➤ sug'urtaning moslashuvchanroq turlari;

➤ onlay-sug'urta jarayonlarining yengillashuvi;

➤ mintaqadagi barcha sug'urta qiluvchilarning xizmatlarini taqqoslash imkoniyati;

➤ o'z qo'li bilan imzo qo'ymagan holda bitim tuzish imkoniyati yaratilganligi.

Internet saytlarida mijoz xizmatlar tavsifini oladi, berilgan tavsifnomalar bo'yicha polis qiymatining hisob-kitobini amalga oshirish (sug'urta kalkulyator), onlayn rejimida buyurtma jo'natish, shuningdek, sug'urta hujjatlaridan nusxa olishi mumkin. Saytda konferensiya mavjud, shuningdek, firma maslahatchisiga saytdagi konferensiyada yoki elektron pochta orqali savol berish, tez-tez va ko'p beriladigan savollarning javoblari bilan tanishib chiqish mumkin. Nostandart vaziyatlarda mukofotni hisob-kitob qilish uchun internet orqali so'rov jo'natish mumkin, sug'urta bozori sharhlari, normativ hujjatlar taklif etiladi. Ayrim saytlarda polisni uzaytirish, sug'urta holati haqida ariza to'ldirish imkoniyati mavjud. Polisni internet orqali xarid qilishda mijoz odatda, chegirma – qoidaga ko'ra polisning bazaviy qiymatining 5% miqdorida chegirma oladi. Mutaxassislarining ma'lumotlariga ko'ra onlayn sug'urta sug'urta kompaniyalarining xarajatlarini pasaytirishga imkon beradi. Shuning o'ziyoq sug'urta badallarini pasaytirishga imkon beradi. Tarmoq orqali tuzilgan shartnomalarning aksariyati bo'yicha to'lovlar an'anaviy tarzda amalga oshiriladi. Mijozlar polisni oldindan yozdirib olgan holda internet orqali kompaniyaga shartnoma uchun pul to'lashga keladi yoki sug'urta agentini chaqiradi (polisni berishda naqd pul bilan to'lash). Polis ko'rsatilgan haqini to'lab olish sharti bilan pochta orqali jo'natilishi mumkin. Uzoqda yashaydigan mijozlar to'lov summasi ko'rsatilgan schetni va kompaniyaning bank rekvizitlarini saytdan chiqarib olgan holda polis uchun

to'lovni bankda to'lashi mumkin (bunda xizmatlar uchun qo'shimcha foiz ko'rinishida haq olinadi). Sug'urtaning hamma turlarini ham virtual ravishda amalga oshirib bo'lmaydi. Shunday sug'urta xizmatlari mavjudki, ularni avtomatlashtirib bo'lmaydi, shu sababli ularning onlayn-savdosini tashkil qilishning ham imkoni yo'q. Masalan, sug'urta qiluvchi xarid qilingan sanoat obyektlari nufuzli binolarni shartnoma imzolangunga qadar albatta ko'rib chiqishi va baholashi shart, aks holda unga qandaydir xarobani aldab suqishlari mumkin. Ko'plab risklar ham xususan, elektron tijorat sohasidagi risklarning aksariyati standartlashtirilmaydi. Elektron raqamli imzo to'g'risidagi qabul qilingan qonun elektron polislardan foydalanishga imkon beradi. Hamma narsa saytda rasmiylashtiriladi va raqamli imzo bilan tasdiqlanadi. Kuryerni yugurtirish zarurati qolmaydi va bu xarajatlarni yanada pasaytiradi. Lekin buning uchun sertifikatlash markazlari rivojlangan tizimi zarur va bu vositaning internetdan foydalanuvchilar orasida keng tarqalishi talab etiladi.

Sug'urta mahsulotini onlayn orqali sotishni tashkil etish. Onlayn rejimida savdo nafaqat sug'urta qiluvchilar 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 hukumat 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 rejimida sug'urta firibgarligining ikki xil turi mavjud – mijozlar tomonidan asossiz da'volar va sug'urta qildiruvchi fantomlar, aslida mavjud bo'lmagan kompaniyalar. Tovarni arzonroq xarid qilishga intilish tufayli iste'molchi osonlik bilan firibgar-firmaning qurboniga aylanishi mumkin. Halol bo'lmagan mijozlar bilan kurashish uchun yirik sug'urta kompaniyalari firibgarlik holatlari ehtimolini aniqlash va ma'lumotlarni tahlil qilishga qodir bo'lgan dasturiy ta'minot ishlab chiqadi. Ko'pincha salomatlikni sug'urta qilish bo'yicha polislarda aldov uchraydi,

chunki bunday da'volar ko'pincha sug'urta qiluvchiga internet orqali bildiriladi. Ko'pincha sug'urta qiluvchilar o'zini doktor deb ataydigan va qalbaki yozuvlardan foydalanadigan odamlardan ko'p sonli da'volar oladi.

Elektron tijorat katta hajmdagi axborotlarnig tez tarqalishiga imkon beradi, shu sababli sug'urta qiluvchilar an'anaviy sotuv yo'llaridan voz kechishi va zarur hollarda internet-savdo bo'yicha mutaxassislarni yollashi mumkin. Doimiy konsaltingga ehtiyoj bo'lmagan standart sug'urta bozorida ishlaydigan brokerlar internetda axborot qiymatining tushib ketishi bilan izohlanadigan jiddiy raqobatga duch keladi. Boshqa tomondan, professionallar maslahatisiz nostandart sug'urta mahsulotlari bilan savdoda narx va sug'urta qoplamini taqqoslash ancha qiyin bo'ladi va bu holatda brokerlar elektron tijoratdan moliya va risklarni boshqarish sohasida konsalting xizmatlari sotish uchun foydalanishi mumkin bo'ladi. Bu ayniqsa, hayotni sug'urta qilishda murakkab pensiya mahsulotlari, tijorat sug'urtasi va integratsiyalangan risklarni boshqarishga daxldordir²⁷. Elektron biznesning rivojlanish jarayonida yangi risklar paydo bo'ladi va bu sug'urta ehtiyojlarining o'zgarishiga olib keladi. Iqtisodiyotda mehnat taqsimotining o'sib borishi javobgarlikni sug'urta qilish, dengiz tashuvlari va kreditlarni sug'urta qilishga talabning o'sishiga olib keladi. Ehtimol mijozning ehtiyojlari uchun maxsus ishlab chiqilgan sug'urta mahsulotlariga ham talab ortadi.

Polisni internet vositasida sotish deganda turli sug'urta kompaniyalari turli jarayonlarni ko'zda tutadi. To'plangan axborot vositasida sug'urta polislarini internet orqali sotishning bir necha xil turlarini aniqlash imkoniyati mavjud.

Internet-ariza

- sug'urta kompaniyasining sayti orqali muloqot uchun ma'lumot taqdim etilishi;
- uchrashuv joyi yoki sug'urta shartlarini aniqlash uchun mijozga oldindan qo'ng'iroq qilingan holda mutaxassis chiqishi va sug'urta hujjatlarini to'ldirishi;
- polis uchun mutaxassisga naqd pul bilan to'lanishi.

²⁷ Jask Kinder, Jr. Garry Kinder "Secrets of Successful Insurance Sales"

Internet-to'lov

- 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, ekspres-pochta orqali yetkazib berilishi yoki shartnomani ofisdan mustaqil oilb ketish imkoniyati.

Polislarning on layn sotilishi

- 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;
- polisning internet orqali elektron imzo bilan taqdim etilishi yoki polisning mustaqil chop etilishi (agar bu qonunchilikda ko'zda tutilgan bo'lsa).

Internet orqali sotuvdan keyingi xizmat ko'rsatish shartnomaning amal qilish muddati davomida sug'urta qiluvchi va sug'urta qildiruvchi o'rtasida axborot almashinish (sug'urta shartnomasining huquqiy holati, shartnoma muddatini uzaytirish yoki navbatdagi to'lovni amalga oshirish zarurati haqida elektron eslatish, kompaniya yangiliklari), sug'urta holati ro'y berganda tomonlar o'rtasida axborot almashinish, navbatdagi sug'urta badalini internet orqali to'lash, sug'urta holati ro'y berganda sug'urta to'lovini amalga oshirishdan iborat.

Internet orqali sug'urtani to'lash imkoniyati bilan sug'urta tarifini hisob-kitob qilish sug'urta kompaniyalarining internet magazinlarida kamdan kam ko'zda kutiladi. Agar to'lov imkoniyati ko'zda tutilgan bo'lsa, harakat tizimi orqali yoki bank kassasi orqali (shakllantirilgan va bosib chiqarilgan onlayn-kvitansiya) amalga oshirilgan bo'ladi.

Rossiyada «Onlayn» polislar sotish elektron raqamli imzo haqida qonunchilik yo'q ekanligi sababli keng tarqalmagan. Masalan, «Spasskie vorota» kompaniyasi internet magazinining ish qoidalarida ko'rsatiligi, polis uchun to'lovni bankda amalga oshirgan va to'lovni saytda tasdiqlagan holda foydalanuvchi sug'urta guvohnomasini mustaqil bosib chiqarishi mumkin. RF Fuqarolik kodeksiga muvofiq (940-modda) polis bilan birgalikda guvohnoma konsulxonalarda viza

berishda hisobga olinishi lozim. U xorijda sug'urta xizmatlari olish uchun yetarli, chunki hujjat sug'urta shartnomasi tuzilganligini ekanini tasdiqlaydi va sug'urta kompaniyasi majburiyatlari bajarilishini kafolatlaydi. Sug'urta badali to'lovi, faksimile imzosi va guvohnomadagi muhr, shuningdek, mijozning imzosi sug'urta shartnomasi shartlari tan olinganining belgisi hisoblanadi (xohishga ko'ra guvohnoma kompaniya ofisida sug'urta shartnomasi to'liq matniga almashtirilishi mumkin). Masalan, chet elga chiqayotganlarni sug'urta qilish bo'yicha «Renessans Direct» internet-magazin kompaniya polislari umumiy sonining 40%ga yaqinini sotadi.

Ayrim kompaniyalar internet orqali polislar sotish hajmining katta ekanligiga qaramay, ushbu bozor segmentida raqobat yo'q. Buning sababi mavjud kirish to'siqlari hisoblanadi. Bugungi kunda internet orqali savdoni tashkil qilishda ushbu bozorga kirish uchun ichki va tashqi to'siqlarni ajratib ko'rsatish mumkin. Ichki to'siqlar kompaniya ichidagi to'siqlar bilan asoslanadi, tashqi to'siqlar firmaga bog'liq emas (5-jadval).

5-jadval

Internet-sug'urta bozoriga kirish yo'lidagi to'siqlar²⁸

Ichki to'siqlar:	Tashqi to'siqlar:
Kompaniyaning qisqa muddatli strategiyasi, innovatsion rivojlanish tashabbusi	Aholida internet orqali xarid qilish tajribasi yo'qligi
Tizim xarid qilish va sozlash uchun xarajatlar kattaligi	Mintaqalarda internetdan foydalanish qiymati yuqoriligi

²⁸ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Bunday tizimlarning unchalik keng tarqalmaganligi personalni o'qitish xarajatlari katta bo'lishini talab qiladi	Elektron raqamli imzo haqida qonunchilik bazasining yo'qligi
Kompaniya ichida zaruriy infratuzilma yo'qligi	Mehnat bozorida kompaniyaning internet-sug'urta tizimini yaratishga qodir bo'lgan malakali kadrlar yo'qligi
Mintaqaviy bo'linmalar innovatsiyalarga qarshiligi	
Sifatli dasturiy mahsulot loyihalashtirish va yaratishda qiyinchiliklar	

Internet bozoriga kirish to'siqlarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, yirik kompaniyalar ushbu bozorga qiyinchiliksiz kirishi mumkin, lekin internet-sug'urta yaratish xarajatlari juda uzoq vaqt davomida o'zini qoplashi mumkin. Internet-sug'urta sohasida tajriba to'planishi istalgan kompaniya uchun sug'urta bozoriga kirishni ancha yengillashtiradi. Internetda ishlaydigan va elektron savdo ustunliklaridan foydalanadigan sug'urta qiluvchilarning yangi avlodi sug'urta bozorida jiddiy raqobat yuzuga keltiradi. Internet-sug'urta bozorlarning geografik doirasini kuchli qisqartiradi, qimmatbaho ofislar ochish zaruratini yo'qqa chiqaradi, mehnat resurslari xarajatlarini qisqartiradi, investorlarning sug'urtaga qiziqshini oshiradi. Masalan, Rossiyaning (yoki dunyoning) barcha mintaqalarida har qanday kompaniya uchun ochiq qilib qo'yadi. Internetning nafaqat yirik shaharlarda, balki barcha aholi punktlarida rivojlanishi, shuningdek, elektron tijorat sohasida qonunchilik ishlab chiqilishi sug'urta bozori strukturasi sezilarli darajada o'zgartirishi mumkin.

Xorijiy mamlakatlarda sug'urta mahsulotlarini internet orqali sotish tizimi:

Independent Insurance Agents of America – AQSH sug'urta agentliklari milliy assotsiatsiyasi rahbariyati 2001-yilning boshidayoq sug'urta kompaniyalari va internet-sug'urta tizimlari ishlab chiqaruvchi kompaniyalarga agentlarning saytga tashrif buyuruvchilarga qulay ko'rinishda va tezkor ravishda axborotni aks ettirishlari uchun axborotni taqdim etish shaklini birxillashtirish taklifi bilan chiqdi.

AQSHda polislar sotishni to'laligicha internet orqali amalga oshiradigan kompaniyalar mavjud. Savollar yuzaga kelganda mijozlar call-markaz xizmatlaridan foydalanishi mumkin. Celent kompaniyasining "Amerika sug'urtasida IT xarajatlari" (IT Spending in US Insurance) hisobotiga ko'ra sug'urta kompaniyalari axborot texnologiyalariga sarflanadigan mablag'lar hajmini oshirishda davom etmoqda. Xususan, 2002-yil o'tgan yil bilan taqqoslaganda IT-byudjet o'rtacha 7% o'sdi va butun sanoat bo'yicha 18 mlrd. dollarni tashkil qildi. Bunday o'sish Celent bashoratlariga ko'ra yana ikki yil saqlanib qoladi. Sug'urta kompaniyalarining 35% o'zining IT-byudjetini yangi loyiha va tashabbuslarga, birinchi navbatda, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash, xarajatlarni qisqartirish va yetkazib berish muddatini kamaytirishga e'tibor qaratgan holda yo'naltiradi.

Internet-sug'urta bozorining umuman olganda, boshqa barcha moliyaviy internet xizmatlar bozori kabi vujudga kelishi Amerikada ro'y bergan. Bunda o'zining internetdagi vakolatxonasini birinchi bo'lib sug'urta kompaniyalari emas, balki kelgusida internet-sug'urta portallariga aylanib ketgan brokerlik agentliklari ochgan. Amerika internet-sug'urta bozorining asosiy rivojlanish davri 1996-yildan 1998-yilgacha bo'lgan davrni qamrab olib, ushbu sektorning hozirgi kundagi yetakchilari - Quotesmith.com, Insuranse.com, Youdecide.com va boshqalar asosan o'sha paytlarda paydo bo'lgan. Mijozlar bilan internet orqali ishlash ustuvor yo'nalishga aylangan kompaniyalar paydo bo'la boshladi – ularning orasida eng mashhur kompaniya Ensurance.com hisoblanadi. 2000-yil elektron raqamli imzo to'g'risida qonun qabul qilinishi va elektron raqamli imzoga xizmat ko'rsatish

uchun infratuzilmaning rivojlantirilishi AQSHda internet-sug'urtaning rivojlanishida muhim fursat hisoblanadi. Shundan so'ng sug'urta kompaniyalari mijozlarga polislarni kuryer yordamida (qo'shimcha 10 dollar xarajatlar) yoki oddiy pochta orqali emas, balki bevosita elektron pochta orqali jo'natish imkoniga ega bo'ldi. Ayni paytga kelib internetda taqdim etilgan amerika sug'urta kompaniyalarining ko'pchiligi sug'urta polisi xarid qilish va xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan barcha doiradagi xizmatlarni ko'rsatmoqda. Kompaniya mijozlari sug'urta shartnomasining holatini tekshirish, navbatagi sug'urta mukofotini kiritish yoki sug'urta holati haqida ariza berish maqsadida personifikatsiya qilinadigan saytlarga kirishi mumkin. Internet orqali sotuv borasida avtosug'urta yetakchi hisoblanadi – uning umumiy sotuvlar ko'rsatkichidagi ulushi 20% ni tashkil qiladi.

G'arbiy Yevropa mamlakatlarida moliyaviy internet-xizmatlar ommaviyligi hali AQSH darajasiga yetmagan. Datamonitor kompaniyasining tadqiqotlariga ko'ra 2000-yil aholisi moliyaviy internet-xizmatlar bilan AQSHdan ko'ra ko'proq qiziqadigan Yevropa Ittifoqining yagona mamlakati bu Shvetsiya bo'ldi. Internet-xizmatlar sohasida G'arbiy Yevropada Fransiya va Ispaniya kabi mamlakatlar juda ortda qolmoqda. Agar internet-sug'urta bozori qatnashchilari haqida gapiradigan bo'lsak, Yevropada bunday xizmatlarni taqdim etadigan kompaniyalarning asosiy qismi Buyuk Britaniyada joylashgan (ta'kidlash joizki, ushbu mamlakat sug'urta xizmatlari aylanmasi umumjahon ko'rsatkichlarining 10% ini tashkil qiladi). Sug'urta bo'yicha onlayn-xizmatlar 100 ta saytda ko'rsatiladi. Buyuk Britaniyada internet-sug'urta rivojlanishining asosiy bosqichi 1999-2000 yillarga to'g'ri keladi. Qoidaga ko'ra barcha sug'urta portallari ma'lum bir xizmatga qaratilgan bo'ladi (avtosug'urta va uy-joy sug'urtasi kabi xizmatlar eng ko'p uchraydi). Biroq deyarli barcha sug'urta xizmatlarini ko'rsatadigan resurslar ham mavjud bo'lib, ularning orasida 123-insure.co.uk eng ommaviy portal sanaladi.

Amerika bozorida sug'urta portallari alohida rol o'ynaydi. Qoidaga ko'ra ushbu tarmoq resurslari eng yirik sug'urta kompaniyalardan axborot taqdim etadi. Shuningdek, kichik sonli sug'urta kompaniyalarini birlashtiradigan portallar

(masalan, geografik tamoyil – shtat bo'yicha) va bitta sug'urta sohasida ishlayotgan kompaniyalarni birlashtiradigan belgilangan sug'urta xizmatlari turiga yo'naltirilgan portallar ham mavjud. Buyuk Britaniyada internet-sug'urta sohasida eng mashhur brendlar hozirgi kunda DirectLine.com va Its4me.co.uk hisoblanadi. DirectLine sug'urta kompaniyasiga 1985-yilda asos solingan bo'lib, dastlab u mijozlarga faqat telefon orqali xizmat ko'rsatgan. 1999-yil godu DirectLine.com onlayn-sug'urta bo'yicha loyiha ishga tushirildi.

Forrester Research ma'lumotlariga ko'ra, 2002-yilning o'rtalariga kelib o'z avtomobili sug'urtasini internet orqali rasmiylashtirgan yevropaliklar soni 6 mln. kishini, internetda avtosug'urta bo'yicha mos keladigan taklif izlayotganlar soni esa bundan ham ko'p – 16 mln. kishini tashkil qildi, bunda eng katta faollikni aynan britaniyaliklar namoyish etmoqda. Internet-sug'urtaning rivojlanish yo'lidagi asosiy to'siq foydalanuvchilarda internetda xavfsizlik va maxfiy axborotlarning sir saqlanishi borasida ishonch yo'q ekanligi hisoblanadi.

5. Sug'urta mahsulotlarini bank muassasalari orqali sotish

Bank biznesida risklilik darajasi yuqori bo'lgan faoliyat turlaridagi kabi, risklarni boshqarish bo'yicha to'g'ri siyosatni ishlab chiqish muhim hisoblanadi. Risklarni boshqarish tizimi o'z imkoniyatlaridan kelib chiquvchi yoki risklarni boshqa subyektlarga o'tkazishga mo'ljallangan bo'lishi mumkin. Chunki bank o'zi samarali ta'sir ko'rsata olmaydigan va o'z-o'zini sug'urtalash uchun katta resurslarni jalb qilish talab etiladigan risklarni sug'urtalovchiga topshiradi.

Sug'urta iqtisodiyot moliyaviy sektorining eng muhim tarkibiy qisimlaridan biri bo'la turib, turli xildagi risklardan himoyalaniish vazifasini o'taydi va ma'lum bir vaqtda noaniqlik xatarini kamaytirib, bank tizimining barqaror rivojlanishiga ko'mak beradi. Bunda sug'urta turli risklar oqibatida ko'rilishi mumkin bo'lgan kutilmagan zararlarni qoplash kafolatini beradi, bu oxir-oqibatda barqarorlikni ta'minlashga olib keladi. Iqtisodiyot rivojlanishining zamonaviy bosqichida banklar va sug'urta kompaniyalarning hamkorligi yaxshi tomonga o'zgaradi.

boshladi. Bu bank biznesi faoliyatining risklilik darajasi yuqori bo'lgan sohalariga tegishli ekani bilan izohlanadi, sug'urta esa turli xatarlar va kutilmagan holatlardan himoyalashning eng muhim usuli deb baholanadi. Bank faoliyati, qarorlar qabul qilishda hisobga olish shart bo'lgan turli xatarlarga to'la. Demak, bankning moliyaviy faoliyati yakunlari uning risklarini boshqarishda to'g'ri siyosatni tanlay olishga bog'liq.

Rivojlangan davlatlarda bank faoliyati sug'urtasi borasida katta tajriba to'plangan. Bunday sug'urta shartli ravishda bankning ichki faoliyati hamda investitsion va kredit siyosati bilan bog'liq tashqi risklarga bo'linadi. Risklarning birinchi guruhi ancha an'anaviy bo'lib, bizning sug'urta amaliyotimizda ham avvaldan ma'lum, bu mulk risklari, deb atalgan, bank mulkiga kutilmagan tabiiy hodisalar, tabiiy ofatlardan yetadigan zararlardir.

Risklarning ikkinchi guruhi kredit va investitsion portfellarga tegishli. Ular bankdan tashqarida mavjud bo'lib, qarz oluvchi faoliyatidagi xatarlar bilan bog'liq. Bank kredit berayotib, yoki biron-bir loyihaga mablag' kiritayotib, mohiyatan olganda, o'zining moliyaviy resurslarini tegishli foiz bilan qarz oluvchiga sotadi. Bank qarz oluvchidan hech qanday sug'urta talab qilmasa, u ob'ektiv ravishda qarz oluvchining faoliyati bilan bog'liq barcha risklarni bank foiziga kiritadi va shu bilan bank o'z-o'zini sug'urtalagan bo'ladi. Kreditorlar ko'pincha biron narsa xarid qilish uchun qarz olayotgan shaxs shu predmetni sug'urta qildirishini talab qiladi va hatto bu predmet o'g'irlangan yoki shikastlangan hollarda ham qarzni qaytarib olishdan umid qiladi.²⁹

Ammo o'z-o'zini sug'urtalash ham ishonchli hisoblanmaydi. Chunki kereditning qaytarilishi qarz oluvchi ishlayotgan muhitdagi umumiy vaziyatga bog'liq, vaziyat qancha qaltis bo'lsa, bankrotlik ehtimoli shuncha baland bo'ladi. Hatto bank o'z kreditini yuqori likvidli garov asosida berganda ham baribir qarz oluvchining bankrotligi oqibatida kamida bilvosita zarar ko'radi, chunki o'z mijozlaridan ayriladi.

Ta'kidlash kerakki, sug'urta kompaniyalari himoya vazifasidan tashqari,

²⁹ Insuranse: Principies and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insuranse Institut, Great Britain, 1993, 319pp

muhim moliyaviy-investitsiya instituti sifatida ham faoliyat ko'rsatadi chunki aynan sug'urta rezervlari banklar uchun moliyaviy resurslar manbai bo'lib xizmat qiladi. Sug'urta xizmatlari milliy bozorni rivojlantirishni faollashtirish sharoitida sug'urta polislarini sotish kanallari izlanayapti. Tijorat banklari ko'plab mijozlarga xizmat ko'rsatishi inobatga olinadigan bo'lsa, sug'urta kompaniyalari uchun o'zaro manfaatli hamkorlikni yo'lga qo'yish dolzarb hisoblanadi. Hamkorlik munosabatlari esa yagona mijozlar bazasini yaratib, ularga xizmat ko'rsatish imkonini beradi. Bunda tijorat banklari tomonidan taqdim etilayotgan xizmatlarning kompleksligi hisobiga mijozlar bazasini kengaytirish va mustahkamlash imkoniga, sug'urta kompaniyalari esa sug'urta mahsulotlarini tarqatuvchi zamonaviy, sifatli tarmoqqa ega bo'ladi. So'nggi yillarda xorijda banklar tomonidan mijozlarga sug'urta xizmatlarining faol taklif etilishi kuzatilayotgani ham fikrimizning dalili bo'la oladi. Bundan tashqari ba'zi sug'urta mahsulotlari mijozlar uchun bank xizmatlari jozibadorligini oshirishi mumkin. Masalan, omonatchilarning bank mablag'lari hisobidan baxtsiz hodisalardan sug'urtalash, plastik kartochkalardan foydalanuvchilarni baxtsiz hodisalardan, shuningdek, kartochkalarning yo'qolishida sug'urtalash, bank mulkini bevosita o'z-o'zidan sug'urtalash.

Shu tariqa uncha ko'p bo'lmagan faoliyat davrida orttirilgan tajriba shuni ko'rsatadiki, bank risklarini to'g'ri boshqarish, bank va sug'urta biznesining o'ziga xos tomonlarini aniq chegaralash va umumiy tutash nuqtalarni topish sug'urta kompaniyalariga ham, banklarga ham, shuningdek, ularning mijozlariga ham birdek foyda keltira oladi. Shuni unutmash kerakki, biznesning mazkur turlari bir-biridan ajralmasdir, chunki sug'urta kompaniyalari faoliyati natijasida shakllanadigan sug'urta rezervlari banklar uchun moliyaviy resurs manbalaridan biri bo'lishi mumkin. Natijada banklar faoliyatidagi risklarning sug'urta yo'li bilan kamayishi barcha tomonlarning manfaatlariga mos keladi.

Banklar va sug'urta kompaniyalarining o'zaro manfaatli hamkorligi umumiy biznes maqsadlariga erishishga qaratilgan bo'lib, sug'urtaning ipoteka sug'urtasi, avtosug'urta, bank va bank faoliyati sug'urtasi, lizing operatsiyalari sug'urtasi kabi

turlarini rivojlantirish asoslarini mustahkamlaydi. Bundan tashqari sug'urta kompaniyalarining tijorat banklari bilan o'zaro manfaatli hamkorligi banklarning aksiyadorlik kapitali va kredit resurslarini kengaytirish hamda banklarning bevosita risklari, shu jumladan, mijozlarni yo'qotishdek risklarning oldini olishga ko'mak beradi.

So'nggi vaqtlarda moliya bozorining bank segmentida ham, sug'urta segmentida ham tez rivojlanib borayotgan riteyl (chakana xizmatlar) sohasiga nisbatan olganda, bank va sug'urta biznesi bir-biriga tutash sohalardir. Shu nuqtayi nazardan qayd etish kerakki, banklar va sug'urta kompaniyalari o'zaro hamkorlik qilib, yangi mahsulot va xizmatlar yaratib, faqat o'z bizneslari emas, shu bilan birga davlat iqtisodiyoti butun moliya sektorining ham rivojlanishiga yordam bermoqda. Hozirda ommaviy mijozga banklar va sug'urta kompaniyalarining sherikchilik asosida xizmat ko'rsatish imkoniyati hammadan ko'p bo'lib, ular bu sohada hamkorlikni yo'lga qo'yganlar. Shuning uchun ham ushbu strategik sherikchilikning hozirgi rivojlanish tamoyillarini ko'zdan kechirish katta qiziqish uyg'otadi.

Banklar tomonidan yuridik shaxslarni, kichik biznes korxonalarini oddiy kreditlashning rivojlanib borishi bilan bir qatorda ipoteka, iste'mol krediti berish, jismoniy shaxslarga "zarur ehtiyojlar" ga erkin ishlatish uchun kreditlar berish dasturlari ham avj olib bormoqda. Bu hol bank sohasidagi raqobatning birmuncha o'sishiga, shuning oqibati o'laroq, marginal daromad kamayishiga yordam beradi. Yuqorida ko'rsatib o'tilgan dasturlarning faol rivojlanishi munosabati bilan, bu sohada sug'urta kompaniyalari bilan bank tashkilotlari o'rtasida hamkorlikning kuchayishi kuzatilmoqda. Bunday tamoyil natijasi o'laroq banklar bilan sug'urta tashkilotlari yanada yaqinlashadi, kredit tashkilotlari ham, sug'urta tashkilotlari ham kredit xatarlarini sug'urtalash sohasida yangi xizmatlar va turli mahsulotlarni ishlab chiqadilar. Eng avvalo, shuni aytish kerakki, kreditni sug'urtalashning mavjud turlari banklar taklif qilayotgan kredit mahsulotlariga moslashtirilgan. Kreditni sug'urtalash xilma-xil vositalar bilan amalga oshirilayotgan bir vaqtda, vazifa, banklar va sug'urta kompaniyalariga kredit xatarlarini samarali boshqarish

asosiy va ayni vaqtda kredit operatsiyalarining foydaliligi va hajmlarini kamaytirmaslik imkonini beradigan yangi uslublar, usullar va texnologiyalarni ishlab chiqishdan iborat.

Mamlakat bank tizimi va moliya bozorining sug'urta segmenti rivojlangan, iqtisodiyotning bu sohalarida raqobat kuchayib borgan, qayta moliyalash stavkasi pasaygan sari, shuningdek, boshqa obyektiv omillar, masalan, iqtisodiyotning bank va sug'urta sektoriga chet eldan yirik o'yinchilar kirib kelishi ta'sirida bu sektorlarda amalga oshiriladigan operatsiyalar keltiradigan foyda kamayib boradi. Kichik va o'rta biznesni, jismoniy shaxslarni kreditlash dasturlari doirasida mijozlarga xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirishning samarali yo'llaridan biri bank bilan sug'urta kompaniyasi o'rtasidagi hamkorlikning yangi texnologiyalarini ishlab chiqishdan iborat. Bunday texnologiyalarga quyidagilar asos bo'ladi:

- sug'urta hujjatlarini rasmiylashtirishni soddalashtirish;
- elektron hujjatlar aylanishini joriy etish;
- kollektiv sug'urtalash sxemalarini joriy etish;
- sug'urtachilar bilan banklarning umumiy brend bo'yicha mahsulotlar yaratishi.

Umuman olganda, hozir banklar taklif qilayotgan kredit mahsulotlarini shartli ravishda quyidagi guruhlariga ajratish mumkin:

- ipotekani kreditlash;
- chakana kreditlash;
- zarur ehtiyojlar uchun kredit berish;
- kredit kartalarini qo'llash;
- iqtisodiyotning real sektoridagi korxonalarini, shu jumladan, kichik va o'rta biznes korxonalarini kreditlash.

Ipotekada kreditga olingan turar joyni bank tomonidan garovga olishning o'ziyoq, bank mahsulotlarini himoyalaydi. Qarzdor qarzini to'lamay qo'ygan har qanday hollarda, shu jumladan, halok bo'lishi yoki nogiron bo'lib qolishi tufayli to'lamay qolgan hollarda ham, bank turar joyni sotishi mumkin. Lekin agar bu turar joyda qarzdordan tashqari, uning yosh bolalari ham yashasa va ularni

ko'chirish uchun joy bo'lmasa, sug'urtalash aslida mushkul vaziyatdan chiqishning birdan-bir chorasi bo'ladi.

Bank tomonidan ipoteka krediti berilayotgan vaqtda qarz oluvchidan sug'urta polisi sotib olishni talab qilinadi.

Ipotekani kreditlash chog'ida qarz oluvchi, qoida tariqasida uchta sug'urta shartnomasi: mol-mulkni sug'urtalash, hayot va sog'liqni sug'urtalash hamda egalik huquqini yo'qotish xatarini sug'urtalash (bu titulni sug'urtalash, deb ataladi) shartnomasini tuzishi kerak. Kamdan kam hollarda banklar mijozdan uchinchi shaxslar, masalan, qo'shnilar oldidagi fuqarolik mas'uliyatini sug'urtalashni talab qiladilar. Mol-mulkni sug'urtalash shartnomasi kvartirani yong'indan, gaz portlashidan, suv bosishi va boshqa kutilmagan hodisalardan himoya qilinishini ta'minlaydi. Shunday holatlarda sug'urta kompaniyasi kreditni to'lashni o'z zimmasiga oladi. Kredit oluvchining hayoti va mehnat qobiliyatini sug'urtalash polisi faqat qarzorning emas, balki kredit bergan bankning ham manfaatlarini himoya qiladi. Masalan, agar mijoz biron-bir sabab bilan qarzni uza olmasa, sug'urtalovchi kreditning to'lanishini kafolatlaydi. Titul sug'urtalash shartnomasi kvartira egasining huquqlarini unga bo'lgan egalik huquqini yo'qotish xavfidan himoya qiladi. Masalan, agar oldi-sotdi bitimini rasmiylashtirish vaqtida xatoga yo'l qo'yilgan bo'lsa va shuning oqibatida bitim haqiqiy emas, deb topilsa, sug'urtalovchi qo'ldan ketgan kvartiraning bahosini to'laydi. Shu bilan birga ipotekani kreditlash chog'ida sug'urta bahosini arzonlashtirish maqsadida sug'urtalovchilar tomonidan ipoteka krediti bo'yicha qarz oluvchi uchun maxsus mahsulot – umumiy sug'urta polisi ishlab chiqilmoqda.

Bundan tashqari sug'urta kompaniyasi tariflarni hisoblab chiqish vaqtida qarz oluvchining salomatligi qanday ekanligi, uning yoshi va turmush tarzini, shuningdek, agar ikkilamchi turar joy sotib olinayotgan bo'lsa, kvartira ustida amalga oshirilgan oldi-sotdi bitimlari sonini (titulni sug'urtalashda) hisobga oladi. Masalan, agar insonda ma'lum kasalliklar bo'lsa, tarifga oshiruvchi koeffitsiyent qo'llaniladi. Sug'urta shartnomasining amal qilish muddati kredit shartnomasining muddatiga mos bo'ladi. Qarz oluvchi kreditni qaytarib bo'lishi bilanoq sug'urta

shartnomasining amal qilishi to'xtaydi. Bunda kreditni to'lash jadvalini – har oyda, har chorakda yoki yarim yilda bir marta – qarz oluvchining o'zi tanlaydi.

Yuqorida ko'rsatib o'tilganidek, ipotekani kreditlashda xatarlar umumiy shartnoma vositasida sug'urtalanib, bu shartnoma oddiy hollarda uchta xatar guruhini o'z ichiga oladi. Bular ko'chmas mulk (garov) obyektni sug'urtalash, qarz oluvchining hayotini sug'urtalash, turar joy ikkilamchi bozordan sotib olinganda titulni yoki mulkka egalik huquqini yo'qotish xatarini sug'urtalashdir.

Kredit summalari kattaligini hisobga olganda hayotni sug'urtalash xatari bo'yicha ham, titul bo'yicha ham alohida andarrayting talab qilinadi. Andarrayting tartib-taomilini soddalashtirish hamda sug'urta polisini rasmiylashtirishga sarflanadigan vaqtni qisqartirish uchun sug'urtalovchi bilan bank o'rtasida elektron hujjat aylanishi texnologiyasini joriy qilish mumkin. Hozirgi paytda bank uchun o'z sug'urtachilari guruhini tashkil etish foydali bo'lib, bu guruh kredit so'rab murojaat qiladigan iste'molchilar tomonidan garovga qo'yiladigan ko'chmas mulk, mashina va boshqalar bilan shug'ullanadi.

Bunday hamkorlik ikkala tomonga ham foyda keltiradi. Sug'urta kompaniyalari bankning korporativ mijozlari va jismoniy shaxslar tomonidan garovga qo'yilgan mol mulkni sug'urtalash imkoniga ega bo'ladi. Bundan tashqari berilgan kreditlar miqdori bir xil bo'lgan holda korporativ mijozlar bilan ishlaganda sug'urta mukofotlari chakana sug'urtaning mukofotidan ancha kam bo'ladi. Shu bilan birga, bank sug'urtalovchilarning sug'urta zaxiralarini joylashtirish, qarz oluvchilar esa mashhur yirik kompaniyalar tomonidan sug'urtalanish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bularning barchasi bankning moliyaviy ko'rsatkichlari o'sishiga olib keladi. Iqtisodiyotning real sektoridagi korxonalarini kreditlash bilan bog'liq bo'lgan kreditni sug'urtalash xususida quyidagilarni aytish lozim.

Korporativ mijozlarga, yirik korxonalariga xizmat ko'rsatish bozoridagi kuchli raqobat banklarni yangi o'rinlar izlashga yuridik shaxslarning turli "vazn to'yifalari" uchun mahsulot yaratishga majbur qilmoqda. Ana shunday o'rinlardan biri, kichik biznesga mo'ljallangan mahsulotlardir. Bank bilan birga sug'urta

kompaniyasi ham o'z mahsuloti, o'z texnologiyalarini o'zgartirish va takomillashtirishga majbur, chunki bank bilan sug'urta kompaniyasi o'rtasidagi ilgari amal qilib kelgan hamkorlik modellari kichik biznes ishlashi uchun unchalik mos kelmaydi.

Bank oldida chiqimlarni qisqartirish, mijozga imkon qadar tez va qulay xizmat ko'rsatish masalasi turadi. Bank bu muammoni sug'urtalovchi bilan birgalikda, sug'urtalovchini kreditlash jarayonida garov bilan ta'minlashda bevosita qatnashgan holda bemalol hal qila oladi.

Sug'urta mahsulotlarini "bansasuranse" tizimi orqali sotish. So'nggi paytda sug'urta xizmatlarini sotishda banklar faol qatnashmoqda. Amaliyotda bu Bank sug'urtasi degan nomni oldi (**bansasuranse**). Shu tarzda banklar o'z faoliyatini faollashtirmoqda. Ko'pgina hollarda banklar qo'shimcha moliyaviy daromad ko'rmoqda. Bank va sug'urta xizmatlarining birlashgani sabab, "moliyaviy supermarket" tashkiloti yo'lga qo'yilmoqda, bu yuridik va jismoniy shaxslarga baravariga sug'urta, bank, investitsiya, moliyaviy xizmatlarini taqdim etadi.

Hozirgi kunda jahon bozorida polislar quyidagi kanallar orqali sotilmoqda:

- To'g'ridan to'g'ri sotish orqali
- Agentlar orqali
- Brokerlar oraqali
- «bansasuranse» orqali
- Boshqa yo'nalishlar orqali³⁰

«**Bansasuranse**» sug'urta polislarini sotishning yangi tarmog'i bo'lib, birinchi bor XX asrning 70-yillarida Fransiyada qo'llanila boshladi. 80-yillarning o'rtalarida esa yevropaning boshqa mamlakatlarida ommalashdi.

Adabiyotlarda «**bansasuranse**» tushunchasiga ko'plab ta'riflarni uchratish mumkin. Bu ta'riflardan umumiy kelib chiqadigan ma'no shuki, «bancassurance» - bu sug'urta mahsulotlarini bank kanallari oraqali sotish demakdir. Lekin aslida bu

³⁰ Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 1993, 319pp

atama sug'urta kompaniyalarining banklar bilan nafaqat sug'urta polislarini sotish, balki barcha munosabatlarining yaxlit konsepsiyasini tavsif etishda qo'llaniladi.

Biron davlatning moliya bozorida bancassurance konsepsiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirishning eng muhim omili bu davlatning milliy qonunchiligidir. Ba'zi mamlakatlarda banklarning sug'urta biznesida ishtirok etishlari uchun qonunchilik tomonidan hech qanday cheklashlar yo'q. Biroq o'tgan asrning 90-yillariga qadar ko'pgina rivojlangan davlatlarda banklarning sug'urta biznesida ishtiroki taqiqlangan edi. Chunki banklar bilan sug'urta tashkilotlari o'rtasidagi bunday hamkorlik moliya bozorida banklarning ta'sir doirasi kuchayib ketishiga olib keladi deb hisoblanar edi. Keyinchalik esa yetakchi banklar va sug'urta kompaniyalarining bosimi ostida ba'zi mamlakatlardagi davlat organlari bu masalada o'z pozitsiyalarini o'zgartirishga majbur bo'ldilar. Fransiyada esa moliyaviy va soliq imtiyozlari hayot sug'urtasining uzoq muddatli yig'ma turlarining jadal sur'atda rivojlanishi uchun imkoniyat yaratdi. Bunday qulayliklardan foydalangan holda banklar keskin raqobat sharoitiga qaramasdan ipoteka krediti olayotgan mijozlari uchun hayot sug'urtasi polislarini sotish tarmoqlarini yo'lga qo'ydilar. Lekin mijozlarda sug'urta tashkilotini erkin tanlash yoki umuman sug'urta xizmatini rad etish huquqini saqlab qolar edi. Sug'urtaga bunday yondashish Fransiyaning yevropada hayot sug'urtasi bo'yicha yetakchi o'ringa chiqishiga olib keldi.

Bansurance konsepsiyasi banklarning tijorat jarayonlari bilan sug'urta kompaniyalarining integratsiyasini, yagona axborot tizimini yaratish, sug'urta polislarini sotuvchilarni o'qitish va sotilgan ish hajmi uchun mukofotlashning samarali uslublarini qo'llashni o'z ichiga oladi. Bank tarmog'ida sug'urta faoliyati odatda, bank jarayonlari bilan bog'liq bo'lgan mahsulotlarni sotishdan boshlanadi. Ya'ni, hayotni sug'urtalash dasturlari, bank va kredit bitimlarini sug'urtalash (garovga qo'yilgan mulkni sug'urtalash, iste'mol kreditini sug'urtalash, kredit kartochkalarini sug'urtalash kabi). Hayot sug'urtasi mahsulotlarini sotish bilan banklar o'zlarining uzoq muddatli foydalanishga yo'naltirilgan aktivlari ulushlarini oshirishga muvaffaq bo'ladilar. Sug'urta risklarini birlamchi qabul qilishda ularni

ikkilamchi, uchlamchi va hokazo tartibda qabul qilish munosabatlari, ya'ni qayta sug'urtalashning taraqqiy etganligi katta ahamiyat kasb etadi. Qayta sug'urtalashning mamlakat miqyosida rivojlanganligi, sug'urta munosabatlarning iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga kirib borishiga hamda sug'urtalovchilar to'lov qobiliyatining barqaror bo'lishiga ta'sir ko'rsatuvchi omil hisoblanadi.

«Bansasuranse» orqali sug'urta mahsulotlarini sotishda sug'urta kompaniyalari quyidagi imkoniyatlarga ega bo'ladi:

1. Sug'urta mukofotlari hajmi yangi mijozlarni jalb etilishi orqali oshadi.
2. Mijozlarga xizmat ko'rsatish bazasi yangilanadi va sifat darajasi oshadi.

«Bansasuranse» kanallari orqali sug'urta mahsulotlarini sotishda bank muassasalari quyidagi ijobiy natijalarga erishadi:

- Bank muassasida mijozlarning ortishi
- Bankdan kredit oluvchilar sonining keskin oshishi
- Bank orqali sug'urta kompaniyalariga jalb qilingan hajmlarning oshishi
- Bank kartochkalari mahsulotlaridan foydalanuvchi shaxslarning ortishiga olib keladi

Xorijiy mamlakatlarda sug'urta mahsulotlarini bank muassasalari orqali sotish tizimi.

Bank sug'urta mahsulotlarini sotish kanallari bank sug'urta guruhining biznes modeliga bog'liq. Jahon amaliyotida bank sug'urta guruhlarining ikki xil biznes modeli – integratsiyalangan va integratsiyalanmagan model shakllangan.

Integratsiyalangan modelda bank o'zining mahsulotlarini ushbu bankning sotuv bo'limi orqali eksklyuziv (imtiyozli) ravishda sotadigan sug'urta bo'linmasiga to'laligicha egalik qiladi. Bunday modelning variatsiyalaridan biri sug'urta qiluvchi bankka ega bo'lgan vaziyat hisoblanadi. Ushbu holatda sug'urta kompaniyasi o'z mahsulotlarini nafaqat bankning o'zidan, balki bir nechta sotuv kanallaridan foydalangan holda sotadi.

Sug'urta mahsulotlarini sotish asosan bank bo'linmalari xodimlari tomonidan to'g'ridan to'g'ri amalga oshiriladi. Natijada bank xodimlari mijozning keng doiradagi bank va sug'urta ehtiyojlarini qondiradigan qarorlar (yechimlar) taklif

qilishi mumkin bo‘ladi. Shu bilan bir qatorda bu bank mahsulotlari va sug‘urta mahsulotlarini muvaffaqiyatli ravishda va birgalikda sotish uchun imkoniyat yaratadi. Mazkur model Janubiy Yevropada (Fransiya, Ispaniya, Italiya va Belgiya) eng ko‘p qo‘llaniladi. Integratsiyalanmagan bank sug‘urta modelida bank va sug‘urta kompaniyasi o‘zaro bog‘liq shaxslar hisoblanmaydi, ular sug‘urta mahsulotlarini tarqatish haqida distribyutorlik shartomasi bilan bog‘langan bo‘ladi, xolos. Sug‘urta polislarini sotish asosan ixtisoslashgan maslahatchilar yoki agentlar yordamida amalga oshiriladi.

Bank xodimlari ularning fikriga ko‘ra sug‘urta polisi xarid qilishga tayyor bo‘lgan potensial sanalgan mijozlar haqida axborotni bir nechta bank bo‘linmalari bilan ishlayotgan maslahatchilarga yetkazadi. Bunday maslahatchilarning ish unumdorligi an‘anaviy sotuv kanallari bilan taqqoslaganda ancha yuqori bo‘lishi mumkin, chunki potensial mijozlar bank-sug‘urta mahsulotlari zaruratini yaxshiroq anglab yetadi. Mazkur model Shimoliy Yevropada, masalan, Buyuk Britaniya va Germaniyada ko‘proq uchraydi. Chet el va Rossiya tajribasidan kelib chiqan holda bank sug‘urtasi quyidagi sotish kanallarini alohida ko‘rsatish mumkin:

- karyera agentlari – ular to‘liq ish bilan band qilinadigan va sug‘urta xizmatlarini sotishdan komissiya haq oluvchi xodimlar hisoblanadi. Karyera agentlari odatda, mijoz bilan sug‘urtalovchi nomidan sug‘urta shartnomalarni tuzadilar. Ularning faoliyati ular ustidan doimiy nazorat olib borilganda va shu bilan birga malakasini oshirish tadbirlari olib borilganda o‘zining samarasini beradi. Qoidaga ko‘ra karyera agentlarida faollik va xizmat ko‘rsatish darajasi yuqori bo‘ladi, chunki ularning daromadi mijoz bilan tuzilgan shartnomalar soni bilan bog‘liq. Shunga qaramasdan ko‘pgina bank sug‘urta tashkilotlari bu kanaldan foydalanishdan chekinadilar yoki kam miqdorda, aniqrog‘i faqat yangi mijozlarni topishda foydalanadilar, buning sababini ular faqat shartnomalar sonini ko‘paytirishga qaratishlarida, sifatga e‘tibor bermasliklarida, deb biladilar;

- ekspertlar (maxsus maslahatchilar) – sug‘urta mahsulotlarini bankning korporativ mijozlariga sotuvchi, sug‘urta kompanyasining shtatidagi professional xizmatchilar bo‘lib, sug‘urtachi ular bilan hamkrlik munosabatlarida bo‘ladi.

Ekspertlar yuqori malakaga ega shaxslar bo'lib, odatda ular qat'iy belgilangan oylik maosh va sotish natijalaridan kelib chiqib beriladigan mukofotlar olish shartlarida ishlaydi;

- okladli agentlar - sug'urta kompaniyalarining xizmatchilari bo'lib, o'z statusi bo'yicha ular karyera agentlariga yaqin, ammo ularning farqi shundaki, ular qat'iy belgilangan oklad bo'yicha oylik maosh oladilar va sotish hajmidan kelib chiqib mukofot oladilar. Malaka darajasiga ko'ra ular karyera agentlariga teng bo'lib, mijozlarni jalb qilishda karyera agentlariga nisbatan agressivligi kam va sug'urta kompaniyasi tomonidan ko'proq nazoratda bo'ladi;

- bank xizmatchilari odatda bankdagi asosiy vazifalari bilan birgalikda oddiy (standart) sug'urta mahsulotlarini sotishni amalga oshiradilar. Bank xizmatchilari tomonidan sotuvni amalga oshirishning yana bir kamchiligi shundaki, ular faqat o'z mijozlariga ushbu sug'urta mahsulotlarini taklif etadi. Bazida bank xizmatchilari o'zlarining sug'urta sohasidagi faoliyatini muofiqlashtiruvchi sug'urta kompaniyasining xodimlari bilan hamkorlik qiladilar. Sug'urta kompaniyasining xodimlari kompleks sug'urta mahsulotlarini sotib oluvchi mijozlar bilan ishlaydi. Bank xizmatchilariga oddiy (standart) sug'urta mahsulotlarini beradi;

- korporativ agentliklar va brokerlik firmalari AQSHda ko'plab banklar mustaqil agentliklar va brokerlik firmalari bilan hamkorlik qilsa, Yaponiya yoki Janubiy Koreyada bank sug'urta segmentatsiya ishlash uchun sho'ba korxonalari tashkil qilishni afzal ko'rishadi. Bunday korporativ agentliklar turli xildagi mijoz kategoriyalar bilan ishlay oladilar. Ular jismoniy va yuridik shaxslar bo'lishi mumkin;

- mijozlarning sug'urta kompaniyasi bilan to'g'ridan to'g'ri aloqasi. Bu variantda mijoz sug'urtalovchi bilan telefon orqali, xat yoki reklama orqali bog'lanadi. Undan keyin mijoz sug'urta xizmatini sotib olish uchun bankka yo'naltiriladi. Odatda bunday ko'rinishdagi kanallar oddiy yok paket mahsulotlar. Masalan ipoteka sug'urtasini rasmiylashtirganda baxtsiz hodisalardan sug'urtalashni ham amalga oshirishni sotishda qo'llaniladi. Odatda, bank sug'urta tashkilotlari sotishning bitta shakli bilan chegaralanmaydi, balki bir nechta kanallar

orqali xarakati amalga oshiradi. Ammo bu kanallar orqali sug'urtada o'zaro kelishmovchiliklar kelib chiqishi mumkin, bunga yo'l qo'ymaslik uchun bir qancha shartlarni ishlab chiqish zarur bo'ladi.

- muayyan sotuv kanali doirasida ishlaydigan xizmatchilarga mazkur kanal vositasida qaysi mahsulot toifalarini sotish maqsadga muvofiq ekanligi aniq va tushunarli bo'lishi lozim;

- bitta sotuv kanali doirasida ishlaydigan menejer va agentlar hamkorligi yo'lga qo'yilgan bo'lishi lozim;

- bitta bank-sug'urta guruhi doirasida sotuv kanallari o'rtasida kommunikatsiya rag'batlantirilishi lozim;

- kanal rahbariyati uning qo'l ostidagi xodimlarni muvaffaqiyatga motivatsiya qila olishi lozim.

Kanalni tanlashga ko'plab omillar ta'sir ko'rsatadi, ularning asosiylari

1.	Mahsulot murakkabligi
2.	Bank xodimining asosiy ish bilan yuklanganligi
3.	IT-yechimlar taraqqiy etganligi
4.	Mijozlar oqimi
5.	Xarajatlarni taqqoslash
6.	Bank xodimlarining tayyorgarlik darajasi
7.	Bankdagi mijoz turi

1-rasm. Kanalni tanlashga ta'sir e'tuvchi omillar³¹

Nazorat savollari:

1. Sug'urtalovchi reklama faoliyatini amalga oshirishda qanday maqsadni ko'zlaydi.
2. Reklama tadbirlari va reklama axborotini uzatish vositalari nima.
3. Ommaviy axborot vositalarida reklama deganda nimani tushunasiz.
4. Sug'urta" ko'rgazmasi deganda nimani tushunasiz.
5. Sug'urta maxsulotini internet orqali sotishning qanday qulayliklari mavjud.

³¹ www.worldbank.org internet sayti ma'lumotiga asosan

IV. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI

1-MAVZU. SUG'URTA MAHSULOTLARINI SOTISH TEKNOLOGIYASINING IQTISODIY MOHIYATI VA AHAMIYATI

1-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Қурилиш монтаж рискени бошқариш усуллари орқали суғурталанувчи ёки суғурта қилдирувчининг рискларини камайтириш.

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга доир маълумотлар билан мустақил ишлайди ва ўрганади;
- мавжуд муаммони моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий таҳлил қилиб ўрганиб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;
- маълумотларни олдинги йиллар билан таққослайди ва таҳлил қилади ҳамда умумлаштириб боради.
- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Қурилиш монтаж ишлари мустақкам қилинмаганлиги натижасида қурилиши монтаж ишларида носозлик содир бўлиб, суғурта қилдирувчи шахслар зарар кўрган. Суғурта қилдирувчилар қурилиш монтаж ишларидан кўрилган зарарларни қоплашни талаб қилиб, судга мурожаат қилишган. Қурилиш монтаж ишларини олиб борган ташкилот компенсация тўлаган. Ташкилот нуқтаи назаридан олиб қарайдиган бўлсак, юзага келган суғурта ҳодисанинг сабаби (қурилиш монтаж ишларида йўл қўйилган хатолик). Ташкилотдан ташқарида содир бўлган рискли ҳодиса (зарар етказиш), ташқи шахслар томонидан берилган даъволар ҳисобланади. Аммо бу ташқи ҳодисалар натижасида ташкилот зарар кўради. Таърифланган вазиятда қандай риск турларини ажратиш мумкин? Рискни қандай бошқариш усуллари бундай вазиятларнинг рискени камайтириши мумкин? Хавф-хатарларни бошқаришнинг қандай усуллари ташкилот учун бундай

вазиятларда салбий оқибатлар эҳтимолини камайтириши мумкин?

2- Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Транспорт воситаларини ихтиёрий суғуртаси бўйича рискни аниқлаш

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;

- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;

- маълумотлами танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;

- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.

- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Транспорт воситасини бошқарувчи шахс томонидан транспорт воситасини бошқариш йўл қўйилган хато ва камчиликлар натижасида йўловчиларга зарар етказилган (масалан, сабаб). Транспорт воситасини бошқарувчиси жабрланган йўловчиларга компенсация тўлаб берган. Транспорт воситасини бошқарувчиси нуқтаи назаридан, ушбу ҳодисанинг сабаби (транспорт воситасини бошқаришдаги хатолик) ичкидир. Транспорт воситасига транспорт воситасини бошқарган шахс томонидан етказилган ҳодиса (зарар етказиш), транспорт воситаси эгаси томонидан берилган даъволар. Аммо бу ҳодисалар натижасида транспорт воситаси зарар кўрди. Таърифланган ушбу вазиятни қандай риск турларини ажратиш мумкин? Рискни қандай бошқарув усуллари бундай вазиятларнинг рискинни камайтириши мумкин? Транспорт воситаси билан боғлиқ хатарларни бошқаришнинг қандай усуллари транспорт воситаси учун бундай вазиятларда салбий оқибатлар эҳтимолини камайтириши мумкин?

2-MAVZU. SUG'URTA MAHSULOTINI JISMONIY VA YURIDIK SHAXSLARGA SOTISH TEXNOLOGIYASI

1-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Тадбиркорлик рискларини аниқлаш

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга доир маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;
- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.
- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 30 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Тадбиркорлик фаолиятига таъсир этиш даражасига кўра тадбиркорлик рискларини бир нечта тоифаларга бўлиш мумкин. Тадбиркорлик фаолиятидаги риск даражаси тадбиркор йўқотишларига олиб келувчи воқеалар эҳтимоли билан тавсифланади. Уларни фоиз ёки коэффициентларда ифодалаш мумкин. Тадбиркорлик фаолиятида қандай риск турлари устунлик қилади? Юқоридаги хавф-хатарлар ташкилотнинг кўламига қандай боғлиқ? Муайян тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш орқали рискларни минималлаштириш мумкинми? Бу бўйича мисоллар келтиринг.

2-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Гаровга қўйилаётган мулкни суғурталаш

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;

- маълумотларни танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;

- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.

- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Гаровга қўйилаётган мулкни суғурталаш суғуртанинг мустақил тармоғи эканлигини айтиш мумкин. Танланган мезонга кўра, кўриб чиқиладиган гаровга қўйилаётган мулкни суғурталаш ўзига хос элементи унга тегишли дейиш тўғрироқ. Нима учун сизнинг фикрингизча, гаровга қўйилаётган мулкни суғурталаш таснифлаш керак. Нима мақсадда мумкин бўлган сабабларни аниқ аниқлаш керак. Жавобингизни асосланг.

3-MAVZU. SUG'URTA MAHSULOTINI SOTISHDA VOSITACHILAR XIZMATIDAN FOYDALANISH TEXNOLOGIYASI

1-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Чет элга чиқувчи фуқороларни суғурталаш

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;
- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.
- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Чет элга чиқувчи ҳар бир фуқоро ўзини ҳаёти ва соғлигини кутилмаган бахтсиз ҳодисадан суғурталаш шарт. Шу билан бирга, ушбу шахсни бахтсиз ҳодисадан суғурта қилган суғурта компанияси учун суғурта шартномаси бўйича суғурта тўлови фақат унинг амал қилиш муддати давомида мавжуд. Шундай қилиб, суғурта компанияси учун бу риск вақтинчалик. Яъни бахтсиз ҳодисадан суғурталаш рискларини айтинг. Ушбу хатарларнинг салбий оқибатларини қандай камайтириш мумкин? Вақтинчалик рискни бошқаришнинг ўзига хос хусусиятлари ва хусусиятлари қандай амалга ошириш мумкин?

2-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Йўлдаги мол-мулкни суғурталаш.

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;

- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.

- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Йўлдаги мол-мулкни суғурталашдаги риск омиллари, шунингдек, доимий, ноаниқ ва ўзгарувчан. Масалан, йўлдаги мол-мулкни ташишни амалга ошириш шарт-шароитларига ҳамда транспортга бўлган талаб ва улар ўртасидаги рақобат муҳитига таъсир қилади. Йўлдаги мол-мулкни суғурталаш билан боғлиқ рискларни санаб ўтинг. Йўлдаги мол-мулкни ташишга таъсир кўрсатадиган қисқа муддатли амалга ошириш шартларига қандай таъсир қилиши мумкин. Ушбу риск омилларини қандай қилиб минималлаштириш мумкин?

4-MAVZU. SUG'URTA MAXSULOTLARINI SOTISHDA REKLAMANING O'RNI

1-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Мол-мулкни оловдан ва табиий офатлардан суғурталаш

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил қарор қабул қилишни ўрганади;
- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.
- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 30 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Мол-мулкни оловдан ва табиий офатлардан суғурталаш қуйидаги ҳолатлар натижасидаги зарарлардан суғурталаш мумкин:

- Табиий офатлардан;
- Оловдан;
- Совуқ уришдан;

Мол-мулкни оловдан ва табиий офатлардан суғурталаш шкаласи бўйича таснифланг. Мол-мулкни оловдан ва табиий офатлардан суғурталашда юзага келиши мумкин бўлган риск-хатарларга мисоллар келтиринг.

2-Вазиятли масала бўйича топшириқ.

Вазиятли масаланинг мақсади: Кредитларни суғурталаш.

Вазиятли масала билан ишлаш босқичлари:

- мавзуга оид маълумотларни мустақил ўрганади;
- муаммонинг моҳиятини аниқлаштиради;
- маълумотларни танқидий нуқтаи назардан кўриб чиқиб, мустақил

қарор қабул қилишни ўрганади;

- маълумотларни таққослайди, таҳлил қилади ва умумлаштиради.

- якуний хулосалар беради.

Вазиятли масалани бажариш: мустақил равишда.

Бажариш муддати: 40 дақиқа.

Вазиятнинг мазмуни. Кредит рискларни суғурталаш суғуртанинг мустақил тармоғи эканлигини айтиш мумкин. Кредит рискларни суғурталаш танланган мезонга кўра, кўриб чиқиладиган кредитда қайтмаслиги бўйича мавжуд рискларни суғурталашнинг ўзига хос элементи унга тегишли дейиш тўғрироқ. Нима учун сизнинг фикрингизча, кредитларни суғурталашни таснифлаш керак. Нима мақсадда мумкин бўлган сабабларни аниқ аниқлаш керак. Жавобингизни асосланг.

1-mavzu bo'yicha:

КЕЙС

Суғурта компаниялари Ўзбекистон Республикаси президентининг “Суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари” тўғрисида 4412 сонли қарорига мувофиқ мижозларга янги суғурта хизматларини кўрсатиш учун инновацион сурута маҳсулотларини яратиш, ҳамда уларни сотиш, мижозларга бахтсиз ҳодиса содир бўлганда уларга суғурта қопламаларини тўлаб бериш бўйича замонавий методларни қўллаши лозим, аммо ҳозирги пандемия шароитида суғурта бозоридаги талаб ва таклифни ўрганиши ва мижозларга мос нархда суғурта маҳсулотнинг мукофот пули ва қопламасини қандай ишлаб чиқади?

?

?



?

?

2-mavzu bo'yicha:

КЕЙС

“КАФОЛАТ” Аж суғрта компанияси мижозлар сонини ошириш мақсадида янги суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқди аммо агентлар сони кам. Компания ўз маҳсулотини қай усулда сотиб, мижозлар сонини ошириш мумкин?



KAFOLAT
SUG'URTA KOMPANIYASI AJ



3-mavzu bo'yicha:

КЕЙС

Фуқаро С. Мажбурий суғурта бўйича суғурталанган ўз машинасида кетаётиб,
Йўл ўртасидан чиқиб қолган болани уриб юбормаслик учун рулни кескин буриш оқибатида йўл ёқасидаги уйнинг деворига бориб урилди.
Бахтсиз ҳодиса натижасида десор қулаб, уй эгаси анча зарар кўрди.
Уй эгаси М. Айбдор С. дан кўрган зарарларни қоплаб беришни талаба қилди.
С. эса бу зарарларни қоплашда суғурта компанияга мурожаат қилди.
Суғурта компанияси бу ҳолатда тўлаб берадими?



4-mavzu bo'yicha:

КЕЙС

Д.исмли шахс ихтиёрий суғурта бўйича бахтсиз ҳодисалардан эҳтиёт шарт суғурта қилиш суғурта тури бўйича 1 йил муддатга шартнома тузиб суғурталанган. Кўп ўтмай Д. Исмли шахс соғлиғи ёмонлашиб “Рак” касалига дучор бўлди. Д. Исмли шахс даволаниш суммаси қимматлиги туфайли у суғурта компаниясига мурожаат этиб харажатларни тўлаб беришини айтди. Шундай ҳолатларда суғурта компанияси ўз миқозига суғурта қопламасини тўлаб берадими ёки тўлаб бермайдими?



“Салима” Мчж хусусий ишлаб чиқарувчи корхона раҳбари ўз ишчи ходимларини “Иш берувчи ишчи олдидаги жавобгарлигини суғурта қилиш” мажбурий суғурта тури бўйича суғурта қилдирган. Ходимларидан бири А. исмли шахс 06:00 да ишга бориш учун уйдан чиқиб, автобусга ўтирган йўлда автобус бахтсиз ҳодисага учраш натижасида А. Исмли шахс қўли синиб, боши қаттиқ лат еган. Корхона раҳбари ўз ишчисини зарарларини қоплаш учун суғурта компаниясига ариза билан мурожаат қилган. Суғурта компанияси бу ҳолатда қандай йўл тутди.



Ш. Исмли юридик шахс ўз мол-мулкани бахтсиз ҳодисалардан эҳтиёт шарт суғурта қилдириш учун суғурта брокерининг тавсиясига кўра “Gross” insurance Мчж суғурта компанияси билан шартнома тузди. Кўп ўтмай Ш. Исмли шахснинг кучли ёғимгарчилик туфайли мол-мулкига катта зарар етди. “Gross” insurance Мчж суғурта компанияси эса ёпилиб кетган бу ҳолатда суғурталанувчи қандай суғурта қопламасини олади?



1. Суғурталанувчи судга шикоят билан чиқган ҳолда зарарларини қоплайди.
2. Суғурта брокерига мурожат қилиб, брокердан ундириб олади.
3. Суғурта компаниясига ариза билан чиқиб, компания ёпилган бўлса ҳам суғурта қопламасини тўлаб беришини талаб қилади.



AGRO INVEST SUG'URTA

Суғурта компанияси

Korxonadan bankdan 15 mln. kreditni yillik 24 foiz ustama bilan 8 oy muddatga oldi va bank oldidagi o'z javobgarligini sug'urta kompaniyasida sug'urta qildi. Sug'urtalovchining javobgarligi 60 foiz., tarif stavkasi 2,5 foiz.

Bunda

Sn - Sug'urta summasi

V - Sug'urta mukofoti

Sug'urta summasi va sug'urta mukofotini hisoblang?



Demak

$$S_n = (15 \text{ mln.} + 15 \text{ mln.} \times 0,24 \times (8 : 12)) \times 0,6 = 10\,425\,600 \text{ so'm.}$$

$$V = 10\,425\,600 \times 0,025 = 260\,640 \text{ so'm}$$

ALSKOM® 20 yil
 Sug'urta kompaniyasi
 Страховая компания

Majburiy sug'urta shartnomasi amal qilishi davrida sug'urta hodisasi yuz berishi natijasida sug'urtalovchi sug'urtalanuvchi uchun jabrlanuvchiga 700 000 so'm miqdorida sug'urta qoplamasi to'ladi. Shu paytda sug'urta shartnomasining amal qilish muddatining tugashiga yana ikki oy qoldi.

J: Prd (qo'shimcha ravishda to'lanadigan sug'urta mukofoti summasi) = Pr x (Sv/Ss) x (Op x Ps)

Bunda

Pr (sug'urta mukofoti summasi) = 40000 so'm

Sv (to'langan sug'urta to'voni summasi) = 700 000 so'm

Ss (sug'urta summasi) = 6 500 000 so'm

Op (sug'urta hodisasi yuz bergan paytdan boshlab sug'urta qilishning kunlar hisobidagi qolgan davri) = 220 kun

Ps (majburiy sug'urta shartnomasida nazarda tutilgan kunlar hisobidagi sug'urta qilish davri) h 365 kun

Sug'urtalanuvchi to'lashi kerak bo'lgan qo'shimcha sug'urta mukofoti miqdorini hisoblang?

VI. GLASSARIY

ермин	Рус тилидаги шарҳи	Ўзбек тилидаги шарҳи	Инглиз тилидаги шарҳи
<p><i>abandon</i></p> <p>абандон</p> <p><i>Abandon</i></p>	<p>право страхователя заявить об отказе от своих прав на застрахованное имущество в пользу страховщика (в случае пропажи, гибели имущества, нецелесообразности восстановления судна, автомобиля или доставки застрахованного груза в место назначения) и получить полное страховое возмещение. Заявление об этом должно быть сделано в течение 6 месяцев с момента возникновения оснований; оно может быть односторонним и не нуждается в подтверждении страховщика. В силу к страховщику переходят все права на застрахованное имущество.</p>	<p>тўлиқ миқдордаги суғурта суммасини олиш учун суғурталанувчининг суғурталанган мол-мулкдан суғурталовчининг фойдасига воз кечиши (суғурталанган кема нобуд бўлганда, у хабарсиз йўқолганда, кема ёки юк қароқчилар томонидан босиб олинганда). Абандон тўғрисидаги ариза воқеа-ходиса рўй бергандан кейин олти ой мобайнида берилиши керак. Айрим чет мамлакатлар қонунчилигида абандон суғурталанувчининг бир томонлама акти ҳисобланади. Фақат, Англия қонунчилигида абандон учун суғурталовчининг розилиги талаб этилади.</p>	<p><i>Property insurance policies can include what is known as an abandonment clause, which allows the policyholder to abandon the damaged property and still receive their claim settlement. Once abandoned, the damaged property is owned by the insurance company. Abandonment clauses are more common in marine property insurance policies. Homeowners policies typically prohibit policyholders from abandoning property under any condition.</i></p>
<p><i>agent</i></p> <p><i>shartnomasi</i></p> <p>Агентский договор</p> <p><i>agent agreement</i></p>	<p>договор с физическим или юридическим лицом (агентом) о выполнении им от имени и в интересах принципала (другого лица) соответствующих обязанностей (поручений), вытекающих из условий агентского соглашения</p>	<p>суғурталовчи билан тузилган топширик шартномаси</p>	<p><i>the contract with the insurer submission</i></p>
<p><i>sug'urtalovchilar uyushmasi</i></p> <p>Ассоциация страховщиков</p> <p>ов</p> <p><i>Association of insurers</i></p>	<p>регулирование страхования, члены законодательной и исполнительной власти Государственного союза по защите интересов отечественных страховых компаний и иностранных страховых компаний, которые будут созданы в целях установления</p>	<p>суғурта фаолиятини мувофиқлаштириш, уюшма аъзоларининг манфаатини давлатнинг қонун чиқарувчи ва ижроия органлари олдида ҳимоя этиш ҳамда маҳаллий суғурта компаниялари ва хорижий суғурта компаниялари ўртасида ўзаро фойдали алоқаларни ўрнатиш мақсадига ташкил</p>	<p><i>insurance regulation, the members of the union state's legislative and executive authorities to protect the interests of domestic insurance companies and foreign insurance companies to be established in order to establish mutually beneficial relationships between the Association of insurance companies. As a mutual insurance companies, international associations, the Union of the technical risk to the insurance companies, to give an example of British Insurers'</i></p>

	<p>взаимовыгодных отношений между Ассоциацией страховых компаний. В качестве взаимных страховых компаний, международных ассоциаций, Союз технического риска для страховых компаний, чтобы дать пример ассоциации британских страховщиков.</p>	<p>этиладиган суғурта компанияларининг уюшмаси. Бунга ўзаро суғурталаш жамиятларини халқаро уюшмасини, техник рискларни суғурталовчи компаниялар иттифоқини, Буюк Британия суғурталовчилар уюшмасини мисол келтириш мумкин. Ҳозирги пайтда Ўзбекистонда суғурталовчилар уюшмаси ташкил этилмаган. Фақат, автосуғурталовчилар иттифоқи фаолият кўрсатмоқда.</p>	<p>Association.</p>
<p>addendum аддендум addendum</p>	<p>по взаимному согласию сторон до страхования и договора перестрахования поправок.</p>	<p>илгари тузилган суғурта ва кайта суғурталаш шартномасига томонларнинг ўзаро келишувини билан қўшимчалар киритиши.</p>	<p>with the mutual agreement of the parties before the insurance and reinsurance contract amendments.</p>
<p>Adjaster аджастер adjuster</p>	<p>человек, который изучает требования и рекомендует варианты урегулирования, основанные на оценках политики ущерба и страховых проводимых. Представитель страховщика, который стремится определить степень ответственности страховщика за ущерб, когда иск подается. Отдельного сотрудника, работающего страховщиком оценить потери и урегулировать претензии страхователями. Также смотрите "общественный страховой регулятор."</p>	<p>суғурта ходисаси рўй бериши муносабати билан суғурталанувчи томонидан билдирилган эътирозни тартибга солишда суғурта компаниясининг манфаатларини ҳимоя этувчи жисмоний ёки ҳуқуқий шахс. У суғурталанувчи билан унга тўланадиган суғурта қопламаси миқдорини келишишга ҳаракат қилади. Аджастер суғурта ходисасини рўй бериш сабабларини ўрганади ва таҳлил этади. Ушбу таҳлил натижалари бўйича суғурта компаниясига эксперт хулосасини тузади ҳамда авария комиссари функциясини бажаради. Аджастер вазифасини суғурта компаниясининг таркибий бўлими ёки ихтиссослашган ташкилот амалга ошириши мумкин.</p>	<p>a person who investigates claims and recommends settlement options based on estimates of damage and insurance policies held. A representative of the insurer who seeks to determine the extent of the insurer's liability for loss when a claim is submitted. An individual employed by an insurer to evaluate losses and settle policyholder claims. Also see "public insurance adjuster."</p>
<p>aktuariy Актуарий</p>	<p>лицо, профессионально обученное методам статистики и теории</p>	<p>лотин тилидан таржима қилганда ҳисобчи деган маънони</p>	<p>business professional who analyzes probabilities of risk and risk management including calculation</p>

<p>actuarial</p>	<p>вероятностей в области страхования (расчет премий, обязательств по полису и др.)</p>	<p>билдиради. Актуар ҳисоб-китоблар назариясини ўзлаштириб олган суғурта математикаси соҳасидаги мутахассис. У суғурта тарифларини ҳисоблаш ва методологиясини ишлаб чиқиш, узоқ муддатли суғурта турлари бўйича суғурта заҳираларини шакллантириш билан боғлиқ ҳисоб-китобларни амалга ошириш билан шуғулланади. Ҳозирги пайтда Англияда актуарийлар институти фаолият кўрсатмоқда. Актуарийларнинг халқаро уюшмаси мавжуд.</p>	<p>of premiums, dividends and other applicable insurance industry standards. A specialist in the mathematics of insurance who calculates rates, reserves, dividends and other statistics. (Americanism: In most other countries the individual is known as "mathematician.") An insurance professional skilled in the analysis, evaluation and management of statistical information. Evaluates insurance firms' reserves, determines rates and rating methods, and determines other business and financial risks. A person professionally trained in calculating the risks and costs of insurance.</p>
<p>aktuar hisob-kitoblar актуарные расчеты Actuarial calculations</p>	<p>сумма страхового тарифа по экономико - математических методов расчета. Эти расчеты основаны на законе больших чисел. Методология актуарных расчетов, теории вероятностей, основанный на законах демографии, скорость зависит от количества страховых случаев происходят демографические данные граждан в соответствии с возрастом страхования жизни дифференцированной ставки. Долго - срок страхования жизни, сумма страховки застрахованный умирает, или ему платят определенный возраст. Достаточная для формирования страхового фонда, страховой период действия договора или смерти лица в определенном возрасте вы должны знать. На основе статистических данных о смертности населения, чтобы вычислить вероятность разного возраста, а также</p>	<p>суғурта тарифи ставкаларини ҳисоблашнинг иқтисодий-математик усуллари йиғиндисиди. Ушбу ҳисоб-китоблар катта сонлар қонунига асосланади. Актуар ҳисоб-китобларнинг методологияси, эҳтимоллар назарияси, демография қонуниятларига асосланади, тариф ставкасини миқдори суғурта ҳодисалари рўй беришининг эҳтимоллийлигига боғлиқ. Демография маълумотларидан фуқароларнинг ҳаётини суғурталашда суғурталанувчиларнинг ёшига мос равишда суғурта тарифи ставкасини табақалаштиришда фойдаланилади. Узоқ муддатли ҳаётни суғуртаси бўйича суғурта суммалари суғурталанган шахс вафот этганда ёки у маълум бир ёшга етганда тўланади. Етарли миқдордаги суғурта фондини шакллантириш учун, суғурталовчи шартнома амалда бўлган даврда қанча шахс вафот этиши ёки маълум бир</p>	<p>the sum of the insurance rate of economic - mathematical calculation methods. These calculations are based on the law of large numbers. The methodology of actuarial calculations, probability theory, based on the laws of demography, the rate depends on the amount of insurance Accidents happen Demographic data of citizens in accordance with the age of the life insurance differentiated rate. The long - term life insurance, the amount of insurance the insured person dies, or he is paid a certain age. Sufficient for the formation of the insurance fund, the insurance period of the contract or the death of a person at a certain age you need to know ehtimoliyligini. On the basis of statistical data about the population mortality rate to calculate the probability of different ages as well as a schedule of the death of the citizens.</p>

	график смерти граждан.	ёшга этиши эҳтимоллийлигини билиши зарур. Аҳоли ўлими даражаси ҳақидаги статистик маълумот асосида турли ёшга этиши эҳтимоллигини ҳисоблаш ҳамда фуқароларнинг ўлими тўғрисидаги жадвални тузиш мумкин.	
annuitet Аннуитет annuity	соглашение, по которому физическое лицо приобретает право на регулярно поступающие суммы. Общем случае означает как получение периодически уплачиваемой суммы, так и ее выплату	рента ва нафақаларни суғурталашнинг ҳамма турларини умумлаштирувчи тушунча. Бунда суғурталанувчи суғурта компаниясига бир вақтнинг ўзида ёки бир неча йиллар давомида тегишли суғурта мукофотларини тўлайди. Кейин суғурталанувчи бутун ҳаёти давомида суғурта компаниясидан даромад олади. Аннуитетнинг бир тури ҳисобланадиган фуқароларнинг йиллик даромадини суғуртаси бугунги кунда Буюк британияда, Францияда ва АҚШда кенг ривожланган.	a contract providing income for a specified period of time, or duration of life for a person or persons. An agreement by an insurer to make periodic payments that continue during the survival of the annuitant(s) or for a specified period. A contract in which the buyer deposits money with a life insurance company for investment. The contract provides for specific payments to be made at regular intervals for a fixed period or for life
sug'urta miqdori сумма страховки amount of insurance	страховая выплата и соответствующий риск для страховых денег. С международной практике страховая сумма страхового покрытия называется. И определяется количеством страховых премий, выплаченных страховым покрытием. Выражение сумма страхования, страхование жизни и медицинское страхование граждан.	суғурта манфаати ва суғурта рискига мос келувчи пул маблағи. Халқаро амалиётда суғурта суммаси суғурта қопламаси дейилади. Суғурта суммасига нисбатан суғурта мукофоти аниқланади ва суғурта қопламаси тўланади. Суғурта суммаси ибораси, кўпроқ, шахсий суғуртада - фуқароларнинг ҳаёти, соғлиғини суғурталашда ишлатилади.	the insurance benefit and the corresponding risk to the insurance money. With international practice, the insurance amount of insurance coverage is called. And is determined by the amount of insurance premiums paid to insurance coverage. The expression amount of insurance, insurance of citizens' life and health insurance.
sug'urta ogohlantirish miqdori сумма предупреждения страхового amount of the	что характеризует соотношение между страховой суммой и страховой выплаты дорожного покрытия экономических показателей. Эта цифра указывает на вероятность того, что сумма ущерба и	суғурта суммаси ва суғурта қопламаси тўлови ўртасидаги нисбатни характерловчи иқтисодий кўрсаткич. Бу кўрсаткич зарар миқдори эҳтимоллигини кўрсатади ва ундан рискни ўзгариши устидан назорат ўрнатишда	that characterizes the ratio between the sum insured and the insurance payment pavement economic indicators. This figure indicates the likelihood of the amount of damage and to establish control over the change in risk. Insurance is influenced by the amount of loss on the following factors: the number of insured items and the amount of

<i>insurance warning</i>	<p>установить контроль над изменением риска. Страхование зависит от суммы убытка от следующих факторов: количество пунктов и застрахованные суммы, страхование, несчастных случаев, поврежденных объектов и страхового покрытия. Потеря страховой суммы, в зависимости от состава индекса чистой скорости каждого типа вида страхования или ответственности. Если индикатор потери превышает норму чистой темп или, в данном случае сумма показателя убытков страхования, указывает на высокий уровень</p>	<p>фойдаланилади. Суғурта суммасининг зарарлилик кўрсаткичи қуйидаги омиллар таъсири остида шаклланади: суғурталанган объектлар сони ва уларнинг суғурта суммаси, суғурта ҳодисаларининг сони, зарар кўрган объектлар сони ва суғурта қопламаси. Суғурта суммасининг зарарлилик кўрсаткичи нетто-ставка тузилишига қараб ҳар бир суғурта тури ёки жавобгарлик тури бўйича аниқланади. Агар зарарлилик кўрсаткичи нетто-ставкага яқинлашса ёки ундан ошиб кетса, бу ҳолда суғурта суммасининг зарарлилик кўрсаткичи юқори даражада эканлигидан далолат беради.</p>	<p>insurance, insurance, accidents, damaged facilities and insurance coverage. The loss of the sum insured, depending on the composition of the index net rate of each type of type of insurance or liability. If the indicator of the loss exceeds the rate of net-paced or, in this case, the amount of the insurance loss indicator which indicates a high level</p>
<i>assistans acuctanc assistance</i>	<p>позволяют страхование (застрахованных лиц, выгодоприобретателя м) в соответствии с договором страхования и помощи услуг, технических, медицинских и других услуг, а также предоставление им финансовой помощи и юридическим или физическим лицо</p>	<p>суғурта қилдирувчиларга (суғурталанган шахсларга, наф олувчиларга) ҳамда суғурталовчиларга суғурта шартномаси доирасида ассистанс хизматлари, техник, тиббий ва бошқа хизматлар кўрсатувчи, шунингдек уларга молиявий кўмак берувчи юридик ёки жисмоний шахс</p>	<p>allow insurance (insured persons, beneficiaries) under the contract of insurance and assistance services, technical, medical and other services, as well as providing them with financial assistance and legal or natural person</p>
<i>audit audum auditing</i>	<p>страховая компания письменно подтвердит достоверность финансовой отчетности и аудита. Аудиторская работа специально квалифицированных аудиторов. Аудиторская фирма заключила договор между страховой компанией. Лица, получившие лицензию Министерства финансов Республики Узбекистан в работе аудита может быть</p>	<p>суғурта компаниясининг молиявий ҳисоботи тўғрилигини ёзма равишда тасдиқлаш ва текшириши. Аудит ишини махсус малакага эга бўлган аудиторлар амалга оширади. Аудиторлик фирмаси билан суғурта компанияси ўртасида шартнома тузилади. Ўзбекистон Республикасида аудит ишини Молия вазирлигининг лицензиясига эга бўлган шахслар амалга ошириши мумкин. Суғурта</p>	<p>the insurance company to confirm in writing the accuracy of financial reporting and auditing . Audit work specially qualified auditors . Auditing firm concluded a contract between the insurance company. Persons licensed by the Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan in the work of the audit can be carried out.</p>

	проведена.	компаниясининг баланси аудиторлар томонидан текширилгандан сўнг матбуотда эълон қилинади.	
<i>benefisiar</i> бенефициар <i>beneficiary</i>	человек, который может получить право на получение платежа за счет воли, полис страхования жизни, пенсионного плана, аннуитет, доверия, или другой договор.	суғурта шартномасида суғурта-ланган шахсининг ёзма равишдаги розилиги билан суғурта товони олувчи сифатида кўрсатилган жисмоний ёки юридик шахс	<i>an individual who may become eligible to receive payment due to will, life insurance policy, retirement plan, annuity, trust, or other contract.</i>
<i>yuk tashish bilan bog'liq xarajatlarni qoplash fraхt bareboat</i>	оплаченный является морским или воздушным транспортом грузов. Это правда или взаимное соглашение о транспортных тарифов грузов оплачиваются на основании согласованной цены.	денгиз ёки ҳаво йўллари орқали юкни ташишда тўланадиган ҳақ. Ушбу ҳақ тариф ёки юкни ташиш тўғрисидаги шартнома бўйича ўзаро келишилган нарх асосида тўланади. Денгиз суғуртасида юкларни ташишда фрахт полиси ёзилади ва фрахт қилувчига берилади.	<i>the paid is by sea or air transportation of cargo. This is the truth or a mutual agreement on cargo transportation tariffs are paid on the basis of the agreed price.</i>
<i>bonus</i> бонус <i>bonus</i>	Страховая компания по условиям договора страхования, заключенного на скидки, что сумма страховых премий, выплачиваемых Застрахованное	суғурта компанияси ўзи учун қулай шартларда суғурта шартномасини тузганлиги учун суғурталанувчига, у тўлайдиган суғурта мукофоти миқдоридан чегирмалар белгилайди.	<i>The insurance company for the terms of the insurance contract concluded for the discounts that the amount of insurance premiums paid by Insured</i>
<i>obligatorli qayta sug'urta</i> облигаторно е перестрахов ания <i>bondly reinsurance</i>	1) форма обязательного страхования. В соответствии с законодательством некоторых стран принимают все страховые компании, работающие на территории этой страны риска является частью обязательной перестраховочной компании. Эти меры через перестрахование, чтобы предотвратить поток валюты из страны; 2) страховой компании (tsedent) является одним из видов страховой компании страхового риска, и в свою очередь, обеспечивая для страховщика, чтобы принять риск перестрахования	1) қайта суғурталашнинг мажбурий шакли. Айрим мамлакатлар қонунчилигига кўра, ушбу мамлакат ҳудудида фаолият кўрсатаётган барча суғурта компаниялари қабул қилган рискларини бир қисмини мажбурий равишда қайта суғурталаш компаниясига беради. Бу чора қайта суғурталаш орқали чет элга валютани чиқиб кетишини олдини олади; 2) суғурта компанияси (цедент) маълум бир суғурта тури бўйича рискни қайта суғурталовчига беришини ва ўз навбатида, қайта суғурталовчи, рискни қабул қилишни назарда	<i>1) form of compulsory insurance. According to the laws of some countries accept all insurance companies operating in the territory of that country risk is a part of the compulsory reinsurance company. These measures through reinsurance to prevent the flow of currency out of the country; 2) insurance company (tsedent) is a type of insurance risk insurer, and in turn, providing for the insurer to accept the risk reinsurance contracts.</i>

	договоров.	тутувчи қайта суғурталаш шартномаси.	
broker брокер broker	страховой посредник, дающий советы своим клиентам (страхователям) и заключающий договоры страхования от их имени. Брокер должен быть экспертом в области законодательства и практики страхования. Считается, что, как профессионал, он должен знать все возможное о страховании и его знания должны способствовать обеспечению наилучших условий страхования и ставок премии для принципала. Брокер является агентом страхователя, а не страховщика. Брокер не несет юридической ответственности перед страховщиком, что не исключает моральной ответственности. Брокер также не должен гарантировать платежеспособность страховщика и не несет ответственности за оплату убытков и возврат премии.	суғурта қилдирувчининг номидан ва топшириғига биноан суғурта шартномаси тузилиши ва ижро этилишини ташкил қилиш бўйича фаолиятни амалга оширувчи юридик шахс.	Insurance and on behalf of the execution of the contract of insurance and the establishment of a legal entity carrying out the activity.
keptiv sug'urta kompaniyasi Пленница страховая компания Captive insurance company	для защиты интересов учредителей страхования или крупных корпораций, корпораций, страховых компаний, часть из крупнейших финансово-промышленных групп. Конкуренция со стороны других страховых компаний, пленница страховая компания является более сложной сети. Пленница страховые компании Узбекистана - ALSKOM, Универсальное страхование, что страховые компании могли бы быть.	таъсисчиларнинг манфаатларини суғурта ҳимоясига оладиган ёки йирик концерн, корпорациялар, йирик саноат-молия гуруҳлари таркибига кирувчи суғурта компанияси. Рақобатдаги бошқа суғурта компанияларини кэптив суғурта компанияси мавжуд бўлган тармоққа кириши мураккаброқ ҳисобланади. Ўзбекистонда фаолият кўрсатаётган кэптив суғурта компанияларига – «АЛСКОМ», «Универсал суғурта» суғурта	to protect the interests of the founders of the insurance or major corporations, corporations, insurance company, part of the largest financial and industrial groups. Competition from other insurance companies, captive insurance company is more complex network. Captive insurance companies in Uzbekistan - the ALSKOM, Universal insurance that insurance companies might be.

		компанияларини мисол келтириш мумкин.	
<i>birgalikda sug'urta qilish</i> сострахован ия <i>coinsurance</i>	лицо, застраховавшее свою жизнь, или лицо, в пользу которого составлен полис. Термин используется только в страховании жизни	битта суғурта шартномаси доирасида рискни икки ёки ундан ортиқ суғурта компаниялари ўртасида тақсимланиши. Ушбу шартномада ҳар бир суғурталовчининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари кўрсатилади. Биргаликда суғурта қилишда суғурталанувчига қўшма полис ёки ҳар бир суғурта компанияси ўз зиммасига олган риск ҳиссасига мувофиқ алоҳида полис берилади.	<i>The percentage of each health care bill a person must pay out of their own pocket. Non-covered charges and deductibles are in addition to this amount. An arrangement in a health or dental insurance plan where you and the insurance company share the cost of the items covered. You usually pay a set percentage (e.g., 20% paid by you and 80% paid by the plan).</i>
<i>birlashgan sug'urta</i> комбинированное страхование <i>combined insurance</i>	при условии, страховое покрытие нескольких видов страхования	бир неча суғурта турлари бўйича суғурта қопламаси шартли	<i>provided insurance coverage of a few types of insurance</i>
<i>Majburiy davlat sug'urtasi</i> Обязательно е государстве нное страхование <i>Compulsory state insurance</i>	социальные интересы и интересы государства в соответствии с порядком, установленным законом в целях обеспечения жизни, здоровья и имущества за счет средств государственного бюджета, выделенных на осуществление обязательного страхования	қонунда белгилаб қўйилган тартибда фуқароларнинг ижтимоий манфаатларини ва давлатнинг манфаатларини таъминлаш мақсадида ҳаёт, соғлиқ ва мол-мулкнинг давлат бюджетидан ажратиладиган маблағлар ҳисобига амалга ошириладиган мажбурий суғуртаси	<i>social interests and the interests of the state in accordance with the procedure established by law in order to ensure life, health and property of the state budget funds allocated to implementation of the compulsory insurance</i>
<i>majburiy sug'urta</i> обязательно е страхование <i>compulsory insurance</i>	Страховые отношения форме, которая имеет силу закона. Обязательное страхование на основании законодательных актов. Этот документ страхования объектов налогообложения, объем страховой ответственности, права и обязанности сторон, участвующих в отношениях между страхованием и другими деталями.	суғурта муносабатларининг қонун кучига эга бўлган шакли. Мажбурий суғурта қонунчилик ҳужжатлари асосида амалга оширилади. Ушбу ҳужжатда суғуртага тортиладиган объектлар сони, суғурта жавобгарлигининг ҳажми, суғурта муносабатларида қатнашадиган томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ҳамда бошқа реквизитлар кўрсатилади. Амалдаги қонунчиликка асосан,	<i>Insurance relationships form which has the force of law. Compulsory insurance on the basis of legislative acts. This document insurance taxable items, the volume of insurance liability, the rights and obligations of the parties involved in the relationship between insurance and other details.</i>

		Ўзбекистонда мажбурий суғуртани тегишли лицензияга эга бўлган ҳар қандай суғурта компанияси ўтказиши мумкин	
<p><i>avariya komissari</i></p> <p>аварии комиссар</p> <p>Commissioner accident</p>	<p>политики, обеспечивающие покрытие, по отдельности или в комбинации, смерти, расчленения, инвалидности или больницы и медицинской помощи, вызванной или потребовало в результате несчастного случая или указанных видов дорожно-транспортных происшествий. Виды покрытия включают в себя студенческий аварию, спортивный несчастный случай, путешествия аварии, одеяло аварии, несчастного случая или конкретного случайной смерти и расчленения. Покрытие для застрахованное в том случае, Страхователя небрежные действия и / или бездействие приведет к потерям в связи с использованием, владение или техническое обслуживание воздушных судов.</p>	<p>суғурта компаниясининг ваколатига эга бўлган жисмоний ёки юридик шахс. Суғурталанган кема ёки юк бўйича қўрилган зарарнинг характери ва миқдорини аниқлайди, ҳодиса рўй берганлик сабабларини ўрганади. Суғурта компанияси авария комиссарининг чет элда ҳам, мамлакат ичкарисида ҳам тайинлаши мумкин. Авария комиссарининг юридик манзили, телефон ва телекс рақамлари суғурта компанияси томонидан бериладиган суғурта полисида қўрсатилади. Суғурталанувчи суғурта ходисаси рўй бериши заҳоти авария комиссарига мурожаат қилиши зарур. Авария комиссари мол-мулкнинг зарарланганлик даражасини аниқлайди ва суғурта компаниясининг топшириғига асосан, қўрилган зарарни қисман қоплаши мумкин. Авария комиссари бажарилган ишлар тўғрисида суғурта компанияси учун авария сертификати тузади ёки унга ёзма ахборот тайёрлайди.</p>	<p>policies providing coverage, singly or in combination, for death, dismemberment, disability, or hospital and medical care caused by or necessitated as a result of accident or specified kinds of accidents. Types of coverage include student accident, sports accident, travel accident, blanket accident, specific accident or accidental death and dismemberment. Coverage for the insured in the event that the insured's negligent acts and/or omissions result in losses in connection with the use, ownership, or maintenance of aircraft.</p>
<p><i>komission haq</i></p> <p>Комиссионные вознаграждения</p> <p>commission fee</p>	<p>Плата выплачивается агенту или страховой продавцом как процент от премии политики. Процент варьируется в широких пределах в зависимости от покрытия, страховщик и методы маркетинга</p>	<p>мижозларни суғуртага тортганлиги учун суғурта компанияси томонидан воситачиларга (суғурта брокери, агент) тўланадиган ҳақ. Комиссия ҳақининг миқдори суғуртанинг турига ва келиб тушган бадалнинг хажмига боғлиқ ҳолда суғурта бадалига нисбатан фоизларда тўланади.</p>	<p>Fee paid to an agent or insurance salesperson as a percentage of the policy premium. The percentage varies widely depending on coverage, the insurer and the marketing methods.</p>

<p><i>raqobat</i></p> <p>соревновани е</p> <p><i>competition</i></p>	<p>страховые компании берут свою долю рынка экономической конкуренции. Конкурс поможет в выборе страховщика для страховых компаний. Конкурс является повышение качества страховых услуг и расширение их важности. Условия конкуренции страховых услуг в ряде страховых компаний, чтобы привлечь клиентов к своим договорам страхования, выплата страховых взносов и выплата страхового покрытия краткосрочных возможностей</p>	<p>суғурта компанияларининг суғурта бозоридаги ўз улушини эгаллаши учун ўзаро иқтисодий мусобақаси. Рақобат суғурталанувчи учун суғурта компанияларини танлаб олишларида кўмак беради. Рақобат суғурта хизматини кенгайтишида ва уларнинг сифатини ошишида муҳим аҳамиятга эга. Бир суғурта хизматини кўрсатаётган бир неча суғурта компаниялари рақобат шароитида миждозларни жалб этиш учун уларга суғурта шартномаларини тузишда, суғурта мукофотларини тўлашда ва суғурта қопламаларини қисқа муддатларда тўлашда имконият яратади</p>	<p>страховые компании берут свою долю рынка экономической конкуренции. Конкурс поможет в выборе страховщика для страховых компаний. Конкурс является повышение качества страховых услуг и расширение их важности. Условия конкуренции страховых услуг в ряде страховых компаний, чтобы привлечь клиентов к своим договорам страхования, выплата страховых взносов и выплата страхового покрытия краткосрочных возможностей</p>
<p><i>risklar to'plami</i></p> <p>Сбор рисков</p> <p><i>Collection risk</i></p>	<p>большое количество страховых объектов предполагаемого ущерба вследствие страхового случая, к которому сумма страхового риска</p>	<p>бир қанча йирик суғурта суммали объектларнинг битта суғурта ҳодисаси туфайли зарар кўриши эҳтимоллигини назарда тутувчи суғурта рискларини йиғиндис</p>	<p>a large amount of the insurance objects of the alleged damage because of an insurance event to which the sum of the insurance risk</p>
<p><i>sug'urta bahosi</i></p> <p>Стоимость страхования</p> <p><i>cost of insurance</i></p>	<p>На практике фактическая стоимость имущества, рыночная стоимость и другие значения вычисляются с помощью. Необходимые для расчета стоимости страхования для привлечения квалифицированных специалистов. Описан информация о стоимости страхования имеет важное значение при определении ставки и суммы страховых премий. В соответствии с действующим законодательством, страховая сумма не должна превышать стоимость страхования</p>	<p>суғурталаш мақсадида аниқланадиган мол-мулкнинг қиймати. Амалиётда мол-мулклар ҳақиқий қиймати, бозор қиймати ва бошқа қийматлар воситасида баҳоланади. Зарур ҳолларда суғурта баҳосини тўғри ҳисоблаш учун малакали экспертлар жалб этилади. Суғурта баҳоси тўғрисидаги ҳақиқий маълумот таъриф ставкаси ва суғурта мукофоти миқдорини аниқлашда муҳим аҳамиятга эга. Амалдаги қонунчиликка биноан, суғурта суммаси мол-мулкнинг суғурта баҳосидан ошиб кетмаслиги зарур</p>	<p>In practice, the actual value of the property, the market value and the other values are evaluated by means of. Necessary for calculating the value of insurance to attract qualified experts. Described information on the cost of insurance is important in determining the rate and amount of insurance premiums. According to the current legislation, the insured amount should not exceed the cost of property insurance.</p>

	<i>имущества.</i>		
<i>risklarni tanlash</i> <i>выбрать риски</i> <i>choose the risks</i>	Анализ предложений, полученных от клиентов на заключение договора страховой деятельности страховой компании. Риск формирования сбалансированного страхового портфеля страховой компании важно практическое использование фразы. Выбор страховой риск сюрвейер работает на практике. Выбор рисков проводится в области мер по управлению рисками является частью.	суғурта шартномасини тузиш бўйича миждозлардан келиб тушган таклифларни таҳлил этишга қаратилган суғурта компаниясининг фаолияти. Суғурта компаниясининг мувозанатлашган суғурта портфелини шаклланишида рискларни танлаш иборасини амалий жиҳатдан ишлатиш муҳимдир. Суғурта амалиётида рискларни танлаш ишини сюрвейерлар амалга оширади. Рискларни танлаш – бу риск менежмент соҳасида олиб бориладиган чора – тадбирларнинг бир қисмидир.	<i>Analysis of proposals received from customers on the conclusion of the contract of insurance activities of the insurance company. The risk of the formation of a balanced insurance portfolio of the insurance company is important to practical use of the phrase. Insurance risk selection syurveyerlar work in practice. Risk selection is conducted in the field of risk management measures is a part of.</i>
<i>franshiza</i> <i>франшиза</i> <i>Deductible</i>	определенная часть убытков страхователя, не подлежащая возмещению страховщиком в соответствии с условиями страхования. Франшиза может устанавливаться в виде определенного процента от стоимости застрахованного имущества или в определенной сумме. Имеется в виду, что в зависимости от того, как оговорено, франшиза может применяться как к общей стоимости застрахованного имущества, так и к отдельным местам груза. Различаются условная и безусловная франшиза. При условной франшизе страховщик освобождается от ответственности за убыток, если его размер не превышает размера франшизы, и убыток подлежит возмещению	суғурта шартномаси шартларида кўзда тутиладиган суғурталовчининг зарарни қоплашдан озод этиладиган қисми. Франшиза суғурта суммасига нисбатан фоизларда белгиланадиган шартли ва шартсиз франшизаларга бўлинади. Шартли франшизада суғурталовчи белгиланган франшиза суммасидан ошмайдиган зарарни қоплаш жавобгарлигидан озод этилади. Бу ҳолда, агар кўрилган зарар миқдори франшиза суммаси миқдоридан ошиб кетса, суғурта компанияси зарарни тўлиқ қоплайди. Шартсиз франшизада кўрилган зарар франшиза суммасидан чегирилиб қопланади.	<i>Portion of the insured loss (in dollars) paid by the policy holder. Amount of loss that the insured pays before the insurance kicks in. The amount the insured must pay in a loss before any payment is due from the company</i>

	<p>полностью, если его размер превышает франшизу. При безусловной франшизе ответственность страховщика определяется размером убытка за минусом франшизы. Внесение в договор страхования франшизы имеет целью освободить страховщика от расходов, связанных с ликвидацией мелких убытков, поскольку во многих случаях такие расходы превышают сумму убытка. Кроме того, франшиза обязывает страхователя более рачительно относиться к застрахованному имуществу или в определенной сумме. Имеется в виду, что в зависимости от того, как оговорено, франшиза может применяться как к общей стоимости застрахованного имущества, так и к отдельным местам груза. Различаются условная и безусловная франшиза. При условной франшизе страховщик освобождается от ответственности за убыток, если его размер не превышает размера франшизы, и убыток подлежит возмещению полностью, если его размер превышает франшизу. При безусловной франшизе ответственность страховщика определяется размером убытка за минусом франшизы. Внесение в договор страхования франшизы имеет целью освободить страховщика от расходов, связанных с ликвидацией мелких убытков, поскольку во</p>		
--	---	--	--

	многих случаях такие расходы превышают сумму убытка. Кроме того, франшиза обязывает страхователя более рачительно относиться к застрахованному имуществу		
<i>denonsatsiya</i> <i>денонсация</i> <i>denunciation</i>	отказ от договора. Если страховые отношения являются одной из сторон в письменной форме не отказываться от соглашения на второй стороне, сроки, указанные в договоре, который будет сильным.	шартномадан воз кечиш. Агар суғурта муносабатларида томонлардан бири ёзма равишда шартномадан воз кечиши тўғрисида иккинчи томонга маълум қилмаса, шартнома унда кўрсатилган муддатгача қучда бўлади.	<i>refusal of agreement. If the insurance relations are one of the parties in writing not to reject the agreement on the second side, the deadlines specified in the contract which will be strong.</i>
<i>depozit</i> <i>depozit</i> <i>deposit</i>	страховая компания сохранила банковское учреждение денежными средствами или ценными бумагами. Банк, как правило, страховая компания выплачивает деньги банкам; 2) в соответствии с законодательством некоторых стран, иностранная страховая компания в стране, если есть любой другой страховой деятельности в стране, первым банковским учреждением в стране, вкладывая деньги. Этот депозит, иностранной страховой компании осуществлять страховую деятельность на территории другой страны, чтобы служить в качестве основы для него.	суғурта компаниясининг банк муассасасида сақланадиган пул маблағи ёки қимматли қоғозлари. Банк, одатда, суғурта компаниясига ўз пулини банкда сақлагани учун фоиз тўлайди; 2) айрим мамлакатлар қонунчилигига мувофиқ, чет мамлакат суғурта компанияси, агар, бирор бошқа мамлакатда суғурта фаолиятини амалга оширмоқчи бўлса, дастлаб у ўша мамлакат банк муассасасига тегишли пул маблағини депозитга қўяди. Мазкур депозит, чет давлат суғурта компаниясининг бошқа мамлакат худудида суғурта фаолиятини амалга ошириши учун асос бўлиб хизмат қилади.	<i>the insurance company kept the banking institution in cash or securities. The bank, as a rule, the insurance company money pays interest to the banks; 2) in accordance with the laws of some countries, a foreign insurance company in the country, if there is any other insurance activity in the country, the first banking institution in the country depositing money. This deposit, foreign insurance company to carry out insurance activities in the territory of the other country to serve as a basis for it .</i>
<i>diversifikatsiy</i> <i>а</i> <i>диверсифика</i> <i>ция</i> <i>diversification</i>	крупнейшие страховые компании, занимается другими видами деятельности в дополнение к основной деятельности. Например, страховой агент, продажа ценных	йирик суғурта компанияларининг асосий фаолиятдан ташқари бошқа фаолият билан ҳам шуғулланиши. Масалан, суғурта воситачилиги, қимматли қоғозларнинг олди-	<i>the largest insurance companies, is engaged in other activities in addition to the primary activity. For example, the insurance agent, the sale of securities, real estate activities and so on</i>

	булаг, операции с недвижимостью и так далее.	сотдиси, кўчмас мулк билан шуғулланиш ва хакозо	
dispasher диспашер Dispasher	Морской транспорт авария привела к повреждению судна, груза и зафрахтованный распределения населенных пунктов между заключил эксперт. Выполняет функцию диспашер частных компаний в развивающихся странах. Распределение Потери поселений и назвал диспаша создание для заинтересованных сторон заблуждения (владельца судна, владельца груза, груз организация-получатель) платит.	денгиз транспортда умумий авария содир бўлганда кўрилган зарарни кема, юк ва фрахт ўртасида тақсимлаш бўйича ҳисоб-китобларни тузадиган мутахассис. Ривожланган мамлакатларда диспашер функциясини махсус компаниялар бажаради. Зарарларни тақсимлаш бўйича ҳисоб-китоблар диспаша дейилади ва диспашани тузганлик учун ҳақни манфаатдор томонлар (кема эгаси, юк эгаси, юкни сотиб олувчи шахс) тўлайди.	Sea transport accident caused damage to the ship, cargo and chartered distribution of settlements between the expert concluded. Performs the function of dispasher private companies in developing countries. Losses distribution of settlements and called dispasha creation for stakeholders delusion (the ship owner, the owner of the cargo, the cargo recipient entity) pays.
avariya sertifikati аварийный сертификат emergency certificate	страхование имущества мероприятие в связи с документом, удостоверяющим характер ущерба и размер ущерба. Аварийный сертификат комиссара (аджастер) и соответствующий доклад комиссии, созданной Страхователя. Аварийный сертификат должен быть приложен к заявлению на получение страхового возмещения страховщиком и покрытие будет служить в качестве страховки для оплаты компании.	мол-мулк суғурта ходисаси туфайли зарарланганда, кўрилган зарарнинг миқдори ва характерини тасдиқловчи ҳужжат. Авария сертификати авария комиссари (аджастер) томонидан тузилади ва тегишли комиссия ҳақи ҳисобида суғурталанувчига тақдим этилади. Авария сертификати суғурталанувчининг суғурта қопламасини олиш тўғрисидаги аризасига илова этилади ва қопламани тўлашда суғурта компаниясига асос бўлиб хизмат қилади.	property insurance event due to a document certifying the nature of the damage and the amount of damage. Emergency certificate emergency commissioner (adjuster) and the related report of the commission created by the Insured. Emergency certificate shall be attached to the application for insurance compensation insurer and the cover will serve as the insurance to pay company.
yevropolis европолис Evropolis	Страны Европейского экономического сообщества, подтверждающие факт создания договора страхования страховой полис	европа иқтисодий ҳамжамияти мамлакатларида суғурта шартномаси тузганлик фактини тасдиқловчи суғурта полиси	European Economic Community countries, confirming the fact of the creation of the contract of insurance the insurance policy
eksedent risk Экседент риск Ekstsedent	эта категория риска потери договору перестрахования.	мазкур тоифадаги риск бўйича зарарни қайта суғурталаш тўғрисидаги келишув.	this category of risk of loss reinsurance agreement.

<i>risk</i>			
<i>fakultativ qayta sug'urta faкультативное перестрахование</i> <i>Facultative reinsurance</i>	пропорциональный договор перестрахования. Дополнительное страхование предоставляется на отдельном контракте. Цедент повторного страхования не является необходимым или необходимо рассмотреть вопрос о независимости. В свою очередь, перестрахование цедент принято или не принято.	пропорционал қайта суғурталаш шартномасининг тури. Факультатив қайта суғурталашда ҳар бир берилаётган риск бўйича алоҳида шартнома тузилади. Цедент ҳар бир риск бўйича қайта суғурталаш зарур ёки зарур эмаслик масаласини мустақил кўриб чиқади. Ўз навбатида, қайта суғурталовчи ҳам цедентнинг таклифини қабул қилиши ёки қабул қилмаслиги ҳам мумкин.	<i>proportional reinsurance contract. Optional insurance is a risk given on a separate contract. Tsedent a risk of re-insurance is not necessary or required to consider the issue of independence. In turn, reinsurance tsedent accepted or not accepted.</i>
<i>fronting фронтинг</i> <i>fronting</i>	расположение, в котором основной страховщик выступает в качестве страховщика записи путем выдачи политики, но затем проходит весь риск перестраховщику в обмен на комиссию. Часто, противостоя страховщик имеет лицензию для ведения бизнеса в государстве или стране, где находится риск, но перестраховщик нет.	қабул қилиб олинган рискни тегишли комиссия ҳақи эвазига тўлалигича бошқа суғурта ёки қайта қайта суғурталовчи компанияларига бериш	<i>an arrangement in which a primary insurer acts as the insurer of record by issuing a policy, but then passes the entire risk to a reinsurer in exchange for a commission. Often, the fronting insurer is licensed to do business in a state or country where the risk is located, but the reinsurer is not.</i>
<i>fronting kompaniyasi</i> <i>Фронтитровање компания</i> <i>fronting company</i>	другая страховая компания в передней просьбе, страховой полис на имя своей страховой компании.	бошқа суғурта компаниясининг илтимосига кўра, ўз номидан суғурта полиси берувчи суғурта компанияси. Фронтлаштирувчи суғурта компанияси қабул қилиб олинган рискни юз фоиз миқдорида илтимос қилган суғурта компанияси ҳисобида ўтказди ва бунинг учун ундан комиссия ҳақ олади. Ҳозирги пайтда, Ўзбекистонда бир нечта фронтлаштирувчи компаниялар фаолият кўрсатмоқда. Масалан, "Англо-Ташкент", "УзАИГ" суғурта компаниялари.	<i>the other insurance company in front request of, the insurance policy in the name of their insurance company.</i>
<i>utumiy polis</i>	соглашение в письменной форме между страховой	суғурта компанияси ва суғурталанувчи ўртасидаги ёзма битим.	<i>an agreement in writing between the insurance company and the insured. In accordance with this</i>

<p>генеральный полис <i>general policy</i></p>	<p>компанией и страхователем. В соответствии с этим соглашением, соответствующий период для страховщика, чтобы обеспечить все районы страховой компании. Зарубежная практика это соглашение "государственная политика" или "политика абонамент". Этот страховой полис на основе общего внешнеторгового страхования грузов. Каждая страховая компания направляет информацию о грузе (вес груза, страховой суммы, получать и отправлять грузовые единицы) достаточно, чтобы подачи заявки, автоматически застрахованы.</p>	<p>Бу битимга мувофиқ, тегишли давр мобайнида суғурталанувчи барча объектларни суғурта компаниясига суғурталаш учун беради. Чет эл тажрибасида бу битим «очиқ полис» ёки «полис-абонамент» дейилади. Мазкур бош полис асосида суғурталаш ташқи савдо юклари суғуртасида кенг тарқалган. Суғурталанувчи суғурта компаниясига ҳар бир жўнатилган юк ҳақидаги маълумотлар (юкнинг вазни, суғурта суммаси, юкни жунатиш ва қабул қилиб олиш пунктлари) баён этилган аризани тақдим этса етарли, юк автоматик равишда суғурталанган ҳисобланади.</p>	<p>agreement, the relevant period for the insurer to insure all areas of the insurance company. Foreign practice this agreement 'public policy' or 'policy abonament'. This insurance policy on the basis of common foreign trade cargo insurance. Each insurance company sent information about the cargo (cargo weight, the sum insured, receive and dispatch cargo units) enough to submitting the application, are automatically insured.</p>
<p><i>umumiý sug'urta tarmog'i</i> общий страховой сектор <i>general insurance sector</i></p>	<p>личное страхование имущества, страхование ответственности и другие виды страхования, не жизни страховой сектор.</p>	<p>шахсий, мулкый суғурта, жавобгарликни суғурта қилиш ҳамда ҳаётни суғурта қилиш соҳасига тааллуқли бўлмаган бошқа суғурта турлари.</p>	<p>personal property insurance, liability insurance and other types of insurance, non-life insurance sector.</p>
<p><i>yalpi mukofot</i> Валовая стоимость <i>Gross prize</i></p>	<p>чистая премия за страхование плюс комиссий, операций и различных комиссий. Для страхования жизни, это премия включая дивиденды</p>	<p>суғурта шартномаларини тузиш, иш юритиш харажатларини ҳисобга олган холдаги суғурта мукофотлари суммаси</p>	<p>the net premium for insurance plus commissions, operating and miscellaneous commissions. For life insurance, this is the premium including dividends</p>
<p><i>umumiý koeffisient</i> Общий коэффициент <i>Gross rate</i></p>	<p>страхование (страховая сумма), чтобы оплатить сеть предназначена для покрытия расходов, связанных с работой - ставки и чистых страховых премий, в том числе сумм скорости загрузки скорости. Большая часть литературы, этот метод также используется в смысле страхового тарифа</p>	<p>суғурта қопламасини (суғурта суммасини) тўлашга мўлжалланган нетто-ставка ва иш юритиш харажатларини қоплашга мўлжалланган нетто-ставкага юклама суммаларини ўз ичига олган суғурта мукофотларининг тариф ставкасини билдиради. Кўпгина адабиётларда ушбу ибора суғурта тарифи маъносида ҳам ишлатилади</p>	<p>insurance coverage (insurance amount) to pay the net is intended to cover the costs of work - rate and net insurance premiums, including the sums of the load rate of the rate. Most of the literature, this technique is also used in the sense of insurance rate</p>
	<p>международные</p>	<p>автотранспорт</p>	<p>international agreements on</p>

<p><i>yashil karta</i> зеленая карта <i>green card</i></p>	<p>соглашения по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных. Этот тип договора страхования предназначен для подтверждения факта политики. В настоящее время более 30 членом зеленой карты. Зеленая карта страны-члены, Национальное бюро на территории этого государства, и координирует работу, связанную с зеленой картой.</p>	<p>воситалари эгаларининг фуқаролик жавобгарлигини мажбурий суғурталаш тўғрисидаги халқаро шартномалар тизими. Мазкур суғурта тури бўйича шартнома тузилганлик фактини тасдиқловчи полис. 1949 йилда Европанинг 13та давлати ўртасида яшил карта тўғрисида шартнома тузилган. Ҳозирги пайтда яшил картага аъзо мамлакатлар 30 дан зиёдни ташкил этади. Яшил картага аъзо бўлган мамлакатларда тегишли миллий бюролар ташкил этилган ва у мазкур давлат ҳудудида яшил карта билан боғлиқ ишларни мувофиқлаштириб туради. Ўз навбатида миллий бюролар яшил карта халқаро бюросига бирлашган. Қароргоҳи Лондонда жойлашган.</p>	<p>compulsory insurance of civil liability of owners of transports. This type of insurance contract is designed to confirm the fact of policy. At present, more than 30 members of the green card. Green Card member countries, the national bureau of the territory of this state, and it coordinates the work associated with the green card.</p>
<p><i>sug'urta</i> страхование <i>Insurance</i></p>	<p>Традиционный инструмент риск-финансирование используется для передачи финансовой опасности риска. Страховой полис разъясняет, что является или не охватывается вызваны всеми или специфическими опасностями (причины повреждения или травмы). Страхование является также договор, по которому организация обязуется возместить другой и / или выплатить определенную сумму за покрытые убытки в обмен на премию. Для многих некоммерческих организаций, страхование предоставляет средства для оплаты непредвиденных убытков</p>	<p>юрдик ёки жисмоний шахслар тўлайдиган суғурта мукофотларидан шаклантириладиган пул фондлари ҳисобидан муайян воқеа (суғурта ҳодисаси) юз берганда ушбу шахсларга суғурта шартномасига мувофиқ суғурта товонини (суғурта пулини) тўлаш йўли билан уларнинг манфаатларини ҳимоя қилиш. Ҳар хил нохуш ҳодисалар рўй бериши натижасида қўрилган зарарни қоплаш ҳамда фуқороларнинг ҳаётида тегишли суғурта ҳодисалари рўй берганда уларга моддий ёрдам кўрсатиш мақсадида ташкил этиладиган ва ундан фойдаланиш билан боғлиқ (мақсадли пул фондлари) иқтисодий муносабатлар йиғиндиси. Ўтказиш шартига қараб,</p>	<p>Traditional risk-financing tool used to transfer the financial hazard of risk. An insurance policy spells out what is or is not covered caused by all or specific perils (causes of damage or injury). Insurance is also a contract whereby an organization agrees to indemnify another and/or to pay a specified amount for covered losses in exchange for a premium. For many nonprofits, insurance provides the funds to pay for the nonprofit's unexpected losses of people, property and income, while ultimately keeping the organization in operation.</p>

	Бесприбыльное в людей, имущества и доходов, в то время как в конечном счете, сохраняя организацию в эксплуатацию.	суғурта мажбурий ва ихтиёрий бўлади. Обьектига қўра, мулкый, шахсий ва жавобгарлик суғуртасига бўлинади. Суғуртанинг асосини риск ташкил этади. Суғурта - бу рискни тақсимлаш усулидир.	
depozit sug'urtasi Страхование вкладов Insurance of deposits	платежеспособность банков объявили банкротом или вернуть деньги вкладчикам потеряли их страхование. В то же время, банки имеют страховку. Страхование и частные страховые организации. Широкое распространение страхования вкладов в зарубежных странах. Например, в США федеральное страхование депозитов в корпорации страхования вкладов. США по отношению к каждому вкладчику банков в сумме страхования вкладов \$ 100 тыс.	банклар банкрот деб эълон қилинганда ёки тўлов қобилияти йўқолганда, омонатчиларнинг банкдаги пул маблағларини уларга қайтарилишини суғурталаш. Бунда банклар суғурталанувчилар ҳисобланади. Суғуртани махсус суғурта ташкилотлари амалга оширади. Депозитларни суғурталаш чет мамлакатларда кенг тарқалган. Масалан, АҚШда депозит суғуртасини депозитларни суғурталаш федерал корпорацияси амалга оширади. АҚШда ҳар бир омонатчига тўғри келадиган 100 минг АҚШ доллари миқдорига депозитни банклар мажбурий суғурталайди.	the solvency of the banks declared bankrupt or return money to depositors lost their insurance. At the same time, banks have insurance. Insurance and private insurance organizations. Widespread insurance of deposits in foreign countries. For example, the US federal insurance of deposits in the deposit insurance corporation. US towards each depositor banks in the amount of \$ 100 thousand deposit insurance.
sug'urta agenti страховой агент insurance agent	от имени структуры организации и исполнения договоров страхования юридического или физического лица	суғурталовчининг номидан ва топшириғига биноан суғурта шартномасининг тузилиши ва ижро этилишини ташкил қилиш бўйича фаолият юритувчи юридик ёки жисмоний шахс	on behalf of the organization structure and performance of contracts of insurance of a legal or natural person
sug'urta dalolatnomasi страховой акт insurance act	документ заключение страхового случая происходит страховой компании. Акт имущественного ущерба или убытков, поэтому сумма убытков и других показателей. Закон, в случае необходимости, подтверждающие аварии и страхование имущества ущерб организации	суғурта ходисаси рўй берганда суғурта компанияси томонидан тузиладиган хужжат. Далолатномада мол-мулкнинг зарарланиш ёхуд нобуд бўлиш сабаблари, қўрилган зарар миқдори ва бошқа қўрсаткичлар бўлади. Далолатномага, зарур ҳолларда суғурта ҳодисаси ва мол-мулкнинг	the document concluded by the insured event occurs the insurance company. The act of property damage or loss, which is why the amount of losses and other indicators. Act, if necessary, confirming the accident and property damage insurance organizations (fire, police, agriculture, veterinary services, etc.) will be attached to the written report. International insurance relations form the Insurance Act adjuster and in fact closer to the

	<i>(пожарные, полиция, сельское хозяйство, ветеринарные услуги и т.д.) будут присоединены к письменному отчету. Международные страховые отношения формируют аджастер Закон о страховании и на самом деле ближе к сертификату аварии</i>	<i>зарарланганлигини тасдиқловчи тегишли ташкилотларнинг (ёнғинга қарши кураш, давлат автомобиль назорати, қишлоқ хўжалиги, ветеринария хизмати ва бошқалар) ёзма ҳулосаси илова этилади. Халқаро суғурта муносабатларида суғурта далолатномасини аджастер тузади ва моҳиятан авария сертификатиغا яқинлашади</i>	<i>certificate of accident</i>
<i>sug'urta maydoni</i> <i>страхование площадь</i> <i>insurance area</i>	<i>страховой области, которая требуется наибольшее количество объектов. По мнению некоторых экспертов, страхование по-прежнему полностью в Узбекистане обустроена. Лишь 20-30% от страхования имущества меры</i>	<i>суғуртага тортилиши зарур бўлган объектларнинг энг катта сони. Айрим экспертлар ҳулосасига кўра, Ўзбекистонда суғурта майдони ҳали тўла ўзлаштирилмаган. Фақат мол-мулкларнинг 20-30 фоизигина суғуртага тортилган</i>	<i>insurance area, which required the largest number of objects. According to some experts, the insurance is still completely in Uzbekistan undeveloped. Only 20-30 % of the property insurance measure</i>
<i>sug'urta faoliyati</i> <i>страховой деятельности</i> <i>insurance activity</i>	<i>Страховые мероприятия, связанные с реализацией профессиональных участников страхового рынка.</i>	<i>суғурта бозори профессионал иштирокчиларининг суғуртани амалга ошириш билан боғлиқ фаолияти.</i>	<i>Insurance activities related to the implementation of the professional participants of the insurance market.</i>
<i>sug'urta shartnomasi</i> <i>договор страхования</i> <i>insurance agreement</i>	<i>потери страховой компании в результате несчастного случая Застрахованному обязан уплатить сумму страхового возмещения или страхования, страховщик обязан выплатить страховую премию в срок. Договор страхования предназначен для подтверждения степени страхового полиса страховщик Страхователя. Договор страхования является одним из основных, простой, и содержание условий договора страхования.</i>	<i>икки томонлама ёзма равишдаги битим бўлиб, бунда суғурта компанияси суғурта ҳодисаси туфайли зарар кўрилганда суғурталанувчига суғурта қопламаси ёки суғурта суммасини тўлаш мажбуриятини, суғурталанувчи эса белгиланган муддатларда суғурта мукофотини тўлаш мажбуриятини олади. Суғурта шартномаси тузилганлик фактини тасдиқлаш учун суғурталовчи суғурталанувчига суғурта полиси беради. Суғурта шартномасини тузишдаги асосий, оддий ва кўшимча шартлар суғурта</i>	<i>the insurance company loss as a result of accident Insured obligation to pay the amount of the insurance indemnity or insurance, the insurer is obliged to pay the insurance premium in time. Insurance contract is designed to confirm the extent of insurance policy the insurer Insured. The insurance contract is a basic, simple, and the contents of the terms of the insurance contract.</i>

		шартномасининг мазмунини ташкил этади.	
<i>sug'urta foydasi</i> страхование прибыль <i>insurance benefit</i>	мера материальной заинтересованности в страховании. В результате страхового случая Страхователь материальных вредных объектов - случаи причинения вреда имуществу или страховщиком третьей стороны. Например, страховщик транспортные средства повреждены в результате дорожно-транспортных происшествий, это свойство Страхователя процентные доходы в качестве меры страхования и финансового интереса.	суғуртада моддий манфаатдорлик чораси. Суғурта ҳодисаси рўй бериши натижасида суғурталанувчига моддий зарар келтирувчи предметлар - мол-мулк ёки суғурталанувчининг учинчи шахсга зарар келтириш ҳолатлари. Масалан, суғурталанувчининг автомобиль транспорти йўл-транспорт ҳодисалари туфайли шикастланганда, суғурталанувчида ушбу мулкка нисбатан манфаатдорлик юзага келади ва суғурта моддий манфаатдорлик чораси сифатида майдонга чиқади.	a measure of a material interest in insurance. As a result of the insurance event Insured material harmful objects - cases of damage to the property or a third party insurer. For example, the insurer vehicles damaged due to road traffic accidents, this property Insured interest income as a measure of insurance and financial interest.
<i>sug'urta bozori</i> страховой рынок <i>insurance market</i>	страховой защиты (страхование) зонд был устанавливающим спросу и предложению и формирования экономических отношений, выплачиваемых в некоторых областях.	суғурта ҳимоя (суғурта хизмати) олди-соттиси амалга оширила-диган ва унга талаб ва таклиф шакилланадиган иқтисодий нуллик муносабатларни айрим соҳаси.	insurance protection (insurance) probe have been laying down the offer and demand and the formation of economic relations paid in some areas.
<i>sug'urta huquqi</i> страховое право <i>insurance Law</i>	страховщики, страховые посредники между ними и суммой правил поведения. Страховые права отражены в законах и законодательстве. Закон о страховании является частью финансового права	суғурталовчилар, суғурталанувчилар ва улар ўртасидаги воситачиларнинг ҳатти-ҳаракати қоидалари йиғиндиси. Суғурта ҳуқуқи қонун ва қонун ҳужжатларида ўз аксини топади. Суғурта ҳуқуқи молиявий ҳуқуқнинг бир қисми ҳисобланади	insurers , insurance intermediaries between them and the sum of the rules of behavior. Insurance rights are reflected in the laws and legislation. Insurance Law is part of the financial law
<i>sug'urta qoplamasi</i> страховое покрытие <i>insurance coverage</i>	страховщика по страхованию имущества и перед страхования гражданской ответственности третьей стороны на сумму ущерба денежных средств, уплаченных в страховой фонд. Может быть меньше или равна сумме страхового	мулккий суғуртада ва суғурталанувчининг учинчи шахс олдида фуқаролик жавобгарлигини суғуртасида зарарни қоплаш учун суғурта фондидан тўланадиган пул маблағи. Суғурта қопламаси суғурта суммасига тенг ёки ундан кам бўлиши мумкин. Суғурта ҳодисаси рўй берганлик	insurer for property insurance and in front of a third party civil liability insurance for the damage amount of money paid to the insurance fund. May be less than or equal to the amount of insurance indemnity insurance.

	возмещения.	холати ва шакли бўйича аджастер ёки авария комиссарининг хулосаси суғурта компанияси томонидан суғурта қопламаси тўланишида асос бўлиб хизмат қилади	
<i>sug'urta mukofoti</i> страховые взносы <i>insurance premiums</i>	Сумма определяется по доле страховых премий. Размер суммы страховой премии также может быть выражено. Например, ущерб гражданской ответственности счета страхового взноса владельцев транспортных средств	суғурта мукофотининг миқдори суғурта суммасига нисбатан фоизларда аниқланади. Суғурта мукофотининг миқдори аниқ суммаларда ҳам ифодаланиши мумкин. Масалан, автомобиль эгаларининг учинчи шахсга зарар келтириш фуқаролик жавобгарлигини суғуртасида суғурта мукофоти аниқ пул бирлигида кўрсатилади.	The amount is determined by the percentage of the insurance premiums. The amount of the insurance premium amount can also be expressed. For example, damage to the vehicle owners' civil liability insurance premium bill.
<i>sug'urta kompaniyasi</i> страховая компания <i>insurance company</i>	проведение договора страхования и связанной с ним юридическое лицо на правовые отношения со страховщиком. Он действует на основании Устава независимых предприятий. Экономическая среда, сумма страховых компаний, работающих в области страхования неясной. По данным страховых операций, осуществляемых страховыми компаниями, они являются универсальными и специализированными. Размер уставного капитала и в соответствии с суммой страховых премий, полученных страховыми компаниями крупных, средних и малых групп может быть.	суғурта шартномасини тузиш ва унга хизмат қилишни амалга оширувчи, суғурталанувчи билан ҳуқуқий муносабатда бўлувчи юридик шахс. У ўз Низоми асосида фаолият юритувчи мустақил хўжалик субъектидир. Тегишли иқтисодий муҳитда фаолият юритувчи суғурта компанияларининг йиғиндисини суғурта тузимини ташкил этади. Суғурта компаниялари бажарадиган суғурта операцияларига кўра, улар универсал ва ихтисослашган бўлади. Устав капитали миқдори ҳамда келиб тушган суғурта мукофотлари ҳажмига мувофиқ, суғурта компанияларини йирик, ўрта ва кичик гуруҳларга бўлиш мумкин.	carrying out an insurance contract and related legal person your legal relationship with the insurer. It operates on the basis of the Charter of independent businesses. The economic environment, the sum of the insurance companies operating in the insurance implicit. According to the insurance operations carried out by insurance companies, they are universal and specialized. The amount of the authorized capital and in accordance with the amount of insurance premiums received by insurance companies to large, medium and small groups can be.
<i>sug'urta sub'ektlari</i> субъекты инфраструктуры <i>Insurance entities</i>	профессиональные участники страхового рынка	суғурта бозорининг профессионал иштирокчилари	professional participants in the insurance market

<p><i>sug'urta hodisasi</i></p> <p>страховое событие</p> <p><i>insurance event</i></p>	<p>охват финансовых потерь из-за отмены или переноса определенного события из-за погодных условий или других непредвиденных причин, не зависящим от застрахованного лица. Для того, чтобы претендовать на определенной политике по определенной цене, компании имеют право запрашивать информацию о здоровье и образе жизни. Страховая компания будет использовать эту информацию, - свидетельствует о страхуемости - в принятии решений, если ваше заявление на страхование является приемлемым и по какой ставке премии.</p>	<p>стихияли, табиий ёки олдиндан кўриб бўлмайдиган воқеа-ҳодисаларнинг амалда юз бериши. Суғурта ҳодисаси юзага келган зарар суғурта компанияси томонидан шартномага мувофиқ қопланади. Мулкий суғуртада дейилганда, стихияли ҳодисалар, ёнғин, авария, портлаш, zilзила, довул ва бошқалар тушунилади. Шахсий суғуртада эса суғурта ҳодисасига фуқароларнинг маълум бир муддатгача яшаши, уларнинг хаётида бахтсиз ҳодисаларнинг рўй бериши ёки ўлими киради. Халқаро амалиётда суғурта ҳодисаси баъзан «форс-мажор» деб юритилади.</p>	<p>coverage for financial loss because of the cancellation or postponement of a specific event due to weather or other unexpected cause beyond the control of the insured. To qualify for a particular policy at a particular price, companies have the right to ask for information about health and lifestyle. An insurance company will use this information - the evidence of insurability - in deciding if your application for insurance is acceptable and at what premium rate.</p>
<p><i>sug'urta ekspertisasi</i></p> <p>Страхование Экспертиза</p> <p><i>Insurance Expertise</i></p>	<p>для того, чтобы сделать выводы на основе страхового риска, объектов страхования и исследования на основе знания основных особенностей страхового случая</p>	<p>асосланган хулоса бериш мақсадида суғурта рискларни, суғурта объектларни ва суғурта ходисаларни асосий хусусиятларини махсус билимлар асосида ўрганиб чиқиш</p>	<p>in order to draw conclusions based on insurance risk, insurance objects and the study on the basis of knowledge of the main features of the insured event</p>
<p><i>sug'urta polisi</i></p> <p>страховой полис</p> <p><i>Insurance policy</i></p>	<p>документ, подтверждающий факт договора страхования предназначен. Страховой полис должен иметь следующие реквизиты: юридический адрес страховой компании, название страховщика, страховых объектов, сумма страховых премий, договор является действительным. Выплата страхового полиса страхового возмещения, страховая компания обязана предоставить.</p>	<p>суғурта шартномаси тузилганлик фактини тасдиқловчи ҳужжат. Суғурта полисида қўйидаги реквизитлар бўлиши шарт: суғурта компаниясининг юридик манзили, суғурталанувчининг номи, суғурта объекти, суғурта мукофотининг миқдори, шартноманинг амал қилиш муддати. Суғурта қопламасини тўлашда суғурталанувчи суғурта полисини суғурта компаниясига тақдим этиши зарур.</p>	<p>the document confirming the fact of the insurance contract is designed. The insurance policy must have the following requisites: the insurance company's legal address, the name of the insurer, the insurance objects, the amount of insurance premiums, the contract is valid. The payment of insurance compensation insurance policy, the insurance company is required to provide.</p>
<p><i>sug'urta mukofotlari zaxirasi</i></p>	<p>страхование жизни и долгосрочная выгода средств для выплаты авансовых платежей по</p>	<p>ҳаётни ва нафақани узоқ муддатли суғурталаш бўйича тўловларни олдиндан тўлаш учун</p>	<p>life insurance and long-term benefit of the funds for the payment of advance payments of insurance companies. This stock to ensure the</p>

<p>Страховые взносы резервы</p> <p>Insurance premiums reserves</p>	<p>страховым компаниям. Этот запас для обеспечения финансовой устойчивости страховых операций и страхования играет важную роль в осуществлении обязательств, возложенных. договоры страхования жизни, как правило, заключены в течение нескольких лет. Взносы страхование и страхование не оплачивает количество времени между получением страховых премий, полученных страховой компанией за определенный период будет пустым в распоряжении его дела. Часть премий, полученных в остальной части платежей расходуются на создание рисунка резервного фонда. Долгосрочный резервный фонд страхования жизни может быть использован в качестве кредитного ресурса.</p>	<p>суғурта компаниясида ташиқил этиладиган фонд. Бу фонд суғурта операцияларини молиявий барқарорлигини таъминлашда ҳамда суғурталовчи зиммасидаги мажбуриятларни бажаришда муҳим ўрин тутади. Ҳаёт суғуртаси шартномалари, одатда, бир неча йилга тузилади. Суғурта мукофтларини келиб тушиши ва суғурта суммасини тўлаш вақтлари ўзаро тўғри келмаганлиги учун, суғурта компаниясига келиб тушган суғурта мукофоти маълум вақт мобайнида унинг ихтиёрида бўш холда бўлади. Келиб тушган суғурта мукофотларининг бир қисми жорий тўловлар учун сарфланади, қолган қисми эса заҳира фондини шакллантириш учун йуналтирилади. Узоқ муддатли ҳаёт суғуртаси бўйича заҳира фондининг маблағлари кредит ресурси сифатида фойдаланилиши мумкин.</p>	<p>financial stability of insurance operations and insurance plays an important role in the implementation of the obligations incumbent. Life insurance contracts are usually concluded in a few years. Premium insurance and the insurance does not pay the amount of time between the receipt of insurance premiums received by the insurance company for a certain period will be empty at the disposal of his case. A portion of premiums received in the rest of the payments are spent for the creation of a reserve fund drawing. The long-term life insurance reserve fund can be used as a credit resource.</p>
<p>sug'urta zaxirasi</p> <p>страховые резервы</p> <p>insurance reserves</p>	<p>Для того, чтобы гарантировать выплату страховой суммы страховых компаний активов. Если в определенное время не платит страховые взносы на страхование, страховая компания может использовать резервный фонд. Страховые резервы включают в себя следующее: жизнь страховых резервов для покрытия убытков произошло, но не жаловалась резервы и другие. Резервный фонд может быть использован для инвестиционных целей. В результате дополнительный доход</p>	<p>суғурта суммаларини тўлашни кафолатлаш мақсадига суғурта компаниялари ташиқил этган фондлар. Агар, маълум бир вақтда суғурта қопламаларини тўлаш учун жорий суғурта мукофотлари етмаса, суғурта компанияси заҳира фондларидан фойдаланилиши мумкин. Суғурта заҳираларига қуйидагилар киради: ҳаётни суғуртаси бўйича заҳира фондлари, рўй берган, аммо арз қилмаган зарарларни қоплаш заҳиралари ва бошқалар. Ушбу заҳира фондларининг маблағлари вақтинча бўш бўлгани учун</p>	<p>In order to guarantee the payment of the sum insured of insurance companies assets. If, at a certain time does not pay insurance premiums for insurance coverage, the insurance company may use the reserve fund. Insurance reserves include the following: life insurance reserve funds to cover losses occurred but did not complain reserves and others. The reserve fund may be used for investment purposes. As a result, the additional income from the insurance company.</p>

	от страховой компании.	инвестиция мақсадларида фойдаланилиши мумкин. Бунинг натижасида суғурта компанияси қўшимча даромад олади.	
sug'urta portfeli страховой портфель insurance portfolio	Сумма премий, полученных портфель страховой компании Число застрахованных объектов, понятие суммы страхового портфеля договора страхования. Иностранная страховая практике этой методики можно найти в концепции страховых премий.	суғурта компаниясига келиб тушган суғурта мукофотларининг йиғиндиси. Суғурталанган объектлар сони, суғурта шартномаларининг миқдори ҳам суғурта портфели тушунчасини англатади. Чет мамлакатлар суғурта амалиётида ушбу ибора ишлаб топилган суғурта мукофотининг ҳажми тушунчасига тўғри келади.	The sum of the premiums received by the insurance company's portfolio The number of insured objects, the concept of the amount of the insurance portfolio of the insurance contract. Foreign insurance practice of this technique is found in the concept of insurance premiums.
sug'urtalanuvchi застрахованный insured	сторона (это) покрывается страховой полис.	қонун асосида ёки икки томонлама шартнома асосида суғурта компанияси билан фуқоралик-ҳуқуқий муносабатларга кирувчи юридик ёки жисмоний шахс. Суғурталанувчи учинчи шахс фойдасига суғурта шартномасини тузишга ҳақли. Суғурталанувчи суғурта мукофотини ўз вақтида тўлаши шарт. Суғурта шартномасини тузиш жараёнида суғурталанувчи суғурта объектига тааллуқли бўлган барча маълумотларни суғурта компаниясига маълум қилиши шарт.	party(ies) covered by an insurance policy.
sug'urta riski страхование рисков insurance risk	ожидаемое событие, это событие проводится с целью дать страхование	тахмин қилинган воқеа бўлиб, ана шу воқеа юз беришдан эҳтиёт шарт суғурта қилиш амалга оширилади	anticipated event, this event is carried out to give insurance
sug'urta klassifikatsiya si классификация страховой Insurance classification	1) виды страхования иерархическое представление сети и типов. Следующий уровень выражается в виде части предыдущего уровня. Объектом страхования категории страхования, страхование, страхование	1) суғурта турларини иерархия кўринишида тармоқларга, тармоқчаларга ва турларга бўлиниши. Бунда ҳар бир кейинги бўғин олдинги бўғиннинг бир қисми шаклида ифодаланади. Суғурта объекти суғуртанинг тоифаси, суғурта жавобгарлигининг	1) the types of insurance hierarchical view of the network, and types. The next level is expressed in the form of a part of the previous type. The object of the insurance category of insurance, insurance, liability insurance and insurance form part of the main classification criteria. 2) the practice of foreign insurance regulatory system. At present, the only qualification of the insurance in

	<p>ответственности и страхование являются составной частью основных критериев классификации. 2) практика иностранной страховой системы регулирования. В настоящее время единственная квалификация страхования в Европейском Союзе была разработана и внедрена.</p>	<p>ҳажми ва суғурта қисмининг шакли суғуртани туркумлашининг асосий мезони бўлиб ҳисобланади. 2) хориж амалиётида суғурта турларини тартиблаштирилган тизими. Ҳозирги вақтда Европа Иттифоқи давлатларида суғуртанинг ягона классификацияси ишлаб чиқилган ва ҳаётга жорий этилган.</p>	<p>the European Union has been developed and implemented.</p>
<p>sug'urtalovchi страховщик insurer</p>	<p>страховщик или перестраховщик уполномочен написать собственность и / или страхование от несчастных случаев в соответствии с законодательством любого государства.</p>	<p>тегишли турдаги суғуртани амалга ошириш учун лицензияга эга бўлган ва суғурта шартномасига мувофиқ суғурта товони (суғурта пули) тўловини амалга ошириш мажбуриятини олувчи тижорат ташкилоти бўлган юридик шахс</p>	<p>an insurer or reinsurer authorized to write property and/or casualty insurance under the laws of any state.</p>
<p>sug'urta tizimi система страхования insurance system</p>	<p>1) различные страховые компании и их участие в контроле за страховой суммой; 2) организации правоотношений в страховой правовой форме.</p>	<p>1) турли хил суғурта компаниялари ва уларни суғурта назорати билан алоқадорлигини йиғиндисини; 2) суғурта ҳуқуқий муносабатларни ташкил этишининг давлат - ҳуқуқий шакли.</p>	<p>1) different insurance companies and their involvement in the supervision of the insurance sum; 2) the organization of legal relations in the insurance legal form.</p>
<p>sug'urtada ta'rifiyosati Страховой полис тариф insurance tariff policy</p>	<p>Риск изменения цен на страхование; который представляет собой процент от страховой брутто - ставка. Ставка (брутто - ставка) состоит из двух частей: нетто - ставки и скорости сети - нагрузки. Чистый коэффициент представляет собой стоимость страховой компании, страховой фонд.</p>	<p>суғурта рискининг баҳоси; суғурта суммасига нисбатан фоизларда ҳисобланадиган брутто-ставка. Тариф ставкаси (брутто-ставка) икки қисмдан иборат: нетто-ставка ва нетто-ставкага юклама. Нетто-ставка суғурта компаниясининг суғурта фондидан қиладиган харажатларини ифодалайди. Нетто-ставкага юклама суғурта компаниясининг иш юритиш харажатларини, комиссия ҳақини ва бошқа харажатларини ўз ичига олади. Шахсий суғурта буйича тариф ставкаси мол-мулк суғуртасининг тариф ставкасидан кескин фарқ қилади. Ҳаёт</p>	<p>Insurance Risk price; which is a percentage of the insurance gross - rate. Rate (gross - rate) consists of two parts: net - rate and the rate of net - load. Net rate represents the cost of the insurance company that the insurance fund.</p>

		суғуртасидаги тариф ставкаси ҳаётийлик жадвали ва даромад нормасига мувофиқ ҳисоблаб чиқилади	
<i>sug'urta puli</i> <i>страховое возмещение</i> <i>insurance money</i>	<i>страхование гражданской ответственности, а также статус юридического лица в целях обеспечения финансовой устойчивости страховых операций, не будучи в состоянии договориться по ряду страховых компаний готовы союз. Зарубежные страны, аэрокосмической, ядерной, защита - страхование рисков для страховых денег.</i>	<i>суғурта мажбуриятини бажариш ҳамда суғурта операцияларини молиявий барқарорлигини таъминлаш мақсадида юридик шахс мақомига эга бўлмасдан ўзаро келишган ҳолда бир қанча суғурта компанияларининг ихтиёрий уюшмаси. Суғурта пули, асосан, хавфли, йирик объектларни суғурталаш мақсадида ташкил этилади. Ҳар қайси компания ўз суғурталанган рискни пулга беради ва бунинг учун, пул орқали йиғилган суғурта мукофотларининг бир қисмини олади. Олинган суғурта мукофотлари ҳажмида суғурта копламасини тўлаш бўйича жавобгарликни ўз зиммаларига олади. Хорижий мамлакатларда авиация, атом, харбий рискларни суғурталаш учун суғурта пули ташкил этилган.</i>	<i>liability insurance, as well as the status of a legal entity in order to ensure the financial stability of the insurance operations, without being able to agree on a number of insurance companies are willing union. Foreign countries, aerospace, nuclear, defense - risk insurance for the insurance money.</i>
<i>tibbiy sug'urta</i> <i>медицинское страхование</i> <i>insurance medical</i>	<i>Страховое покрытие продается на индивидуальной или групповой основе, чтобы помочь заполнить «пробелы» в защите данных, предоставленных федеральной программой медицинского страхования. Это строго дополнительный охват и не могут дублировать любые льготы, предоставляемые Medicare. Она построена так, чтобы оплатить часть или все франшиз</i>	<i>турли касалликлардан мажбурий суғуртани назарда тутувчи соғлиқни сақлаш ишини ташкил этиш шакли. Суғуртавий тиббиёт бўйича суғурта фонди ишчи-ҳодимларнинг иш ҳақидан, тадбиркорларнинг фойдасидан, давлат дотацияси ҳисобидан ҳамда хайр-эҳсон фондларининг мажбурий ажратмаси ҳисобидан шаклланади. Суғуртавий тиббиёт бўйича суғурталанган контингентга тиббий суғурта полиси берилади. Суғурталанувчига тиббий суғурта полиси</i>	<i>Insurance coverage sold on an individual or group basis to help fill the "gaps" in the protections granted by the federal Medicare program. This is strictly supplemental coverage and cannot duplicate any benefits provided by Medicare. It is structured to pay part or all of Medicare's deductibles and co-payments. It may also cover some services and expenses not covered by Medicare. Also known as Medigap" insurance.</i>

	<i>медицинское страхование в и доплат. Он может также охватывать некоторые услуги и расходы, не охваченных медицинское страхование. Также известный как Медигэп страхование".</i>	<i>бўлган тақдирда тиббий хизмат кўрсатилади. Бунда тиббий суғурта компанияси, бир томондан суғурталанувчилар билан, иккинчи томондан тиббиёт муассасалари билан шартнома тузади.</i>	
<i>kargo карго Kargo</i>	<i>наименование груза, которое может быть осуществлено с помощью транспортных средств и страхования.</i>	<i>транспорт воситасида ташиладиган ва суғурталаниши мумкин бўлган юкнинг номланиши.</i>	<i>name of the load which can be carried by the means of transport and insurance.</i>
<i>kasko каска Kaska</i>	<i>сесть на транспорт. Каска потери страхового покрытия или повреждение транспорта</i>	<i>транспорт воситасининг борти. Каско суғуртаси транспорт воситасини нобуд бўлиши ёки шикастланиши ўз ичига олади.</i>	<i>board the transport. Kaska insurance covers loss or damage to the transport</i>
<i>kaf каф KAF</i>	<i>Иностранный указанный в договоре купли-продажи товаров (маркер) доставки. В то же время, стоимость товаров, перевозимых на морских транспортных расходов. Этот поставщик страховой продукт (продавец) не распространяется на обязательства</i>	<i>ташқи савдо шартномаси бўйича юкларни белгиланган портгача (жойгача) етказиб бериш шарт. Бунда ташилаётган товарнинг қийматида денгиз транспортида ташиш билан боғлиқ харажатлар киритилади. Ушбу шарт бўйича товарларни суғурта қилиш товар етказиб берувчининг (сотувчи) мажбуриятига кирмайди.</i>	<i>Foreign specified in the contract of sale of goods (marker) delivery. At the same time, the value of the goods transported on the sea transport costs. This insurance product supplier (seller) is not covered by the obligation</i>
<i>kovernota ковернота Kovernota</i>	<i>Страхователю страхового посредника и страхового договора страховщика с выданного документа. В течение периода, указанного в настоящем документе, необходимо предоставить страховой полис страховой брокер застрахована. Поскольку страховая компания ковернота считается юридически действительным документом</i>	<i>суғурта воситачиси томонидан суғурталанувчига бериладиган ва суғурталанувчининг суғурта шартномаси тузишини тасдиқловчи хужжат. Ушбу хужжатда кўрсатилган муддат мобайнида суғурта брокери суғурталанувчига суғурта полисини бериши шарт. Чунки, ковернота суғурта компанияси учун юридик кучга эга бўлган хужжат ҳисобланмайди.</i>	<i>Insured by the insurance intermediary and the insurer's insurance contract issued document. During the period specified in this document are required to provide insurance broker insurance policy Insured. Because the insurance company kovernota be considered legally valid document.</i>
<i>konosament коносамент</i>	<i>документ, выражающий условия морского грузового транспорта.</i>	<i>денгиз транспортида юкларни ташиш шартларини ифодаловчи хужжат. Коносамент</i>	<i>document expressing the terms of maritime freight transport. Konosament the fact of the existence of the agreement and the</i>

Konosament	<p>Коносамент факт существования договора и принятия подтверждающего получения носителя. Вход груз, он успешно взял на себя ответственность оплатить перевозку судно. подписанный оригинал копия коносамент является отправлен покупателю и купитъ коснутъся его законным владельцем груза.</p>	<p>шартнома мавжудлиги фактини ва юк ташувчини юкни қабул қилиб олганлигини тасдиқловчи хўжжат. Коносаментга имзо чекиши билан юкни сақлаш, уни тегишли манзилга етказиш масъулияти тўлалигига юк ташувчи кема зиммасига ўтади. Имзоланган коносаментнинг асл нусхаси сотиб олувчига юборилади ва ушбу хўжжат унга тегиши билан сотиб олувчи юкнинг ҳуқуқий эгаси ҳисобланади.</p>	<p>acceptance confirming the receipt of the carrier. Sign cargo, it has successfully assumed responsibility to pay the freight ship. Konosament's signed original copy is sent to the buyer and buy touch him the legal owner of the cargo.</p>
<p>Lloyd Ллойд Lloyd</p>	<p>В Англии, на международном страховом рынке; UK страховщики корпорация, основанная в около 1734. Ллойд в настоящее время насчитывает более 22000 членов. Его деятельность регулируется специальным законом, принятым парламентом Англии. Ллойд осуществляет все виды страхования. Ллойд синдикат 279 членов профсоюза, синдикат андеррайтера. Андеррайтер объединяет страховых брокеров. Страховые брокеры рыночные риски Ллойд. Андеррайтер реагировать на договора страхования на большое количество денежных средств на корпорации в качестве депозита.</p>	<p>1) Англиядаги халқаро суғурта бозори; Англиядаги суғурталовчиларнинг корпорацияси, тахминан 1734 йилда ташкил этилган. Ҳозирги пайтда Ллойдга 22000 дан ортиқ аъзо бор. Унинг фаолияти Англия парламенти қабул қилган махсус қонун билан тартибга солинади. Ллойд суғуртани барча турларини амалга оширади. Ллойд аъзолари 279 синдикатга бирлашган бўлиб, синдикат фаолияти учун андеррайтерлар жавоб беради. Андеррайтерлар билан суғурталанувчиларни суғурта воситачилари бирлаштиради. Суғурта воситачилари Ллойд бозорида рискларни жойлаштиради. Андеррайтерлар суғурта шартномаси бўйича жавоб бериш учун йирик миқдордаги пул маблағларини корпорацияга депозит сифатида қўяди.</p>	<p>In England, the international insurance market; UK insurers Corporation, founded in about 1734. Lloyds currently has more than 22,000 members. Its activity is regulated by a special law passed by the Parliament of England. Lloyd carries out all types of insurance. Lloyd syndikat 279 members of the union, syndikat underwriter. Underwriter combines insurance brokers. Insurance brokers Lloyd market risks. Underwriter to respond to the insurance contract on the large amount of funds to the Corporation as a deposit.</p>
<p>javobgarlik sug'urtasi Страхование ответственности</p>	<p>жизни, здоровью или имуществу ущерб других лиц в результате договора страхования риска</p>	<p>бошқа шахсларнинг ҳаёти, соғлиғи ёки мол-мулкига зарар етказилиши оқибатида юзага келадиган</p>	<p>other persons' life, health or property damage as a result of the contract of insurance against the risk of liability for the obligations arising from a load of liability</p>

<i>Liability insurance</i>	<i>ответственности по обязательствам, возникающим вследствие нагрузки страхования ответственности или иного риска ответственности могут быть застрахованы.</i>	<i>мажбуриятлар юзасидан жавобгарлик хавфини суғурта қилиш шартномаси бўйича суғурта қилдирувчининг ўзининг ёки бундай жавобгарлик юкланиши мумкин бўлган бошқа шахснинг жавобгарлик хавфи суғурталаниши мумкин</i>	<i>insurance or other liability risk can be insured.</i>
<i>javobgarlikni sug'urta qilish chegarasi Limumt o'tuvchi nosti straxovshik a Limit of liability the insurer</i>	<i>договор страхования, страховая компания может быть создана на основе самых высоких уровней ответственности. Отраженный в пределе страхового полиса ответственности страховщика.</i>	<i>тузилган суғурта шартномасидан келиб чиққан ҳолда белгиланадиган суғурта компаниясининг мумкин бўлган энг юқори даражадаги жавобгарлиги. Суғурталовчининг жавобгарлик лимити суғурта полисида ўз аксини топади.</i>	<i>the insurance contract, the insurance company may be established based on the highest levels of responsibility. Reflected in the insurance policy limit of liability of the insurer.</i>
<i>sug'urta javobgarligi bo'yicha risk risk straxovshik o'tuvchi nosti Liability insurance for damage caused</i>	<i>другие лица 'жизни, здоровью или ущербу имуществу в результате договора страхования риска ответственности по обязательствам, вытекающим страхование ответственности сами по себе или может быть другой человек, риск страхования ответственности</i>	<i>бошқа шахсларнинг ҳаёти, соғлиғи ёки мол-мулкига зарар етказилиши оқибатида юзага келадиган мажбуриятлар юзасидан жавобгарлик хавфини суғурта қилиш шартномаси бўйича суғурта қилдирувчининг ўзининг ёки бундай жавобгарлик юкланиши мумкин бўлган бошқа шахснинг жавобгарлик хавфи суғуртаси.</i>	<i>other persons' life, health or property damage as a result of the contract of insurance against the risk of liability for obligations arising liability insurance on their own or can be another person 's risk of liability insurance.</i>
<i>hayot sug'urta tarmog'i sektor straxovshik o'tuvchi nosti Life insurance sector</i>	<i>физическая жизнь, здоровье, труд, навыки и интересы, связанные с предложением денег на страхование, договор страхования, по крайней мере один год с момента заключения договора страхования, а также страховые деньги, указанный процент включая разовых или периодических платежей охватывает.</i>	<i>жисмоний шахсларнинг ҳаёти, соғлиғи, меҳнат қобилияти ва пул таъминоти билан боғлиқ манфаатларини суғурта қилиш, бунда шартнома бўйича суғуртанинг энг кам муддати бир йилни ташкил этади ҳамда суғурта пулларининг суғурта шартномасида кўрсатиб ўтилган оширилган фоизни ўз ичига олувчи бир марталик ёки даврий тўловларини (аннуитетларни) қамраб олади.</i>	<i>physical life, health, labor, skills, and interests associated with the supply of money the insurance, the insurance contract at least one year from the time of the contract of insurance, and the insurance money indicated percent including the one-time or periodic payments (annuitie) covers.</i>
<i>sug'urta qoplamasi bo'yicha chegara</i>	<i>филиал страховой компании, дочерней компанией страхового случая, независимого</i>	<i>суғурта компаниясининг филиали, бўлими, шубба корхонаси томонидан битта суғурта ҳодисаси</i>	<i>branch office of the insurance company, by a subsidiary of an insurance event, an independent insurance coverage and paid the</i>

<p><i>Лимит страхового покрытия</i> <i>Limit of insurance coverage</i></p>	<p><i>страхового покрытия и заплатили самую высокую сумму. Убыточность суммы в размере управления страховой компании, местного страхования, переобучения и с учетом других факторов</i></p>	<p><i>бўйича мустақил тўланадиган суғурта қопламасининг энг юқори миқдори. Бу миқдорни суғурта компанияси бошқаруви жойлардаги суғурта суммасининг зарарлилик даражасидан, кадрларнинг малакасидан ва бошқа омиллардан келиб чиққан ҳолда белгилайди.</i></p>	<p><i>highest amount. The loss ratio of the sum of the amount of insurance company management, local insurance, retraining and taking into account other factors</i></p>
<p><i>risklarni joylashtirish</i> <i>найти риску</i> <i>locate risks</i></p>	<p><i>1) Из-за выгоды страхования или иного судебного процесса. Риск первичной, вторичной, третичной, страхование, перестрахование и retotsessiy. Риск рыночной - экономики, основанной, осуществляется через страховых брокеров и страхового рынка: 2) страховых брокеров в то же время, используя большую часть рисков и опасного способа застраховать более чем одной страховой компании. Ряд членов были выпущены в качестве одного из ведущих страховых компаний и утверждены условия договора страхования риска часть своей ответственности. Затем, брокеры и другие страховые компании, риск для остальной части места.</i></p>	<p><i>1) суғурта манфаати тўфайли юзага келадиган суғуртавий ҳуқуқий муносабатларнинг бошланиш жараёни. Рисklarни бирламчи, иккиламчи ва учламчи жойлаштириш, тенг равишда суғурталаш, қайта суғурталаш ва ретроцессияга тўғри келади. Бозор муносабатларида асосланган иқтисодиётда рисklarни жойлаштириш суғурта воситачилари орқали суғурта бозорида амалга оширилади; 2) суғурта брокери ёрдамида бир вақтнинг ўзида йирик ва хавфли рисklarни қисмларга бўлиб, бир нечта суғурта компаниясида суғурталаш услуги. Бир қанча суғурта компаниялари таркибидан биттаси етакчи сифатида ажралиб чиқади ва у суғурта шартномасидаги шартларни маъқуллаб, рискнинг тегишли қисмини ўз жавобгарлигига олади. Кейин, брокер бошқа суғурта компанияларида муурожаат қилиб, рискнинг қолган қисмини ҳам жойлаштиради.</i></p>	<p><i>1) Due to the benefit of the insurance insurance or other legal process. The risk of primary, secondary, tertiary, insurance, reinsurance and retotsessiy. The risk of a market - based economy, carried out through insurance brokers and insurance market: 2) insurance brokers at the same time using a large part of the risks and dangerous method to insure more than one insurance company. A number of members were released as one of the leading insurance companies and approved the terms of the contract of insurance risk part of their responsibility. Then, brokers and other insurance companies, the risk to the rest of the place .</i></p>
<p><i>eksedent экцидент loss Ekstsedent</i></p>	<p><i>не пропорциональной формой перестрахования. В то же время, часть увеличенного вреда для студента на свой страх</i></p>	<p><i>нопропорционал қайта суғурталаш шакли. Бунда цедентга ўз зиммасида ушлаб қолинган зарардан ошган қисми қайта суғурталовчи компания</i></p>	<p><i>noproportional form of reinsurance. At the same time, part of the increased harm to tsedent at your own risk covered by the insurance company.</i></p>

	<i>и риск покрывается страховой компанией.</i>	<i>томонидан қопланади.</i>	
<i>tibbiy sug'urta</i> <i>медицинская страховка</i> <i>medical insurance</i>	<i>Одним из способов защиты здоровья населения. В связи с этим событием страхования, страховой полис бесплатно медицинского обслуживания. Страховая компания оплачивает расходы на медицинское обслуживание. Медицинское страхование будет обязательным или добровольным.</i>	<i>аҳоли соғлиғини ҳимоя қилиш воситаларидан бири. Суғурта ҳодисаси рўй бериши муносабати билан, суғурта полиси орқали бепул тиббий хизмат кўрсатилиши. Тиббий хизмат кўрсатиш билан боғлиқ харажатларни суғурта компанияси тўлайди. Тиббий суғурта мажбурий ёки ихтиёрий бўлади.</i>	<i>One of the means to protect the health of the population. In connection with the insurance event, the insurance policy of free medical service. The insurance company pays the costs of medical services. Medical insurance will be mandatory or voluntary.</i>
<i>o'zaro sug'urta kompaniyasi</i> <i>Компания взаимного кредитовани я</i> <i>Mutual insurance company</i>	<i>страховая компания, чтобы воспользоваться коммерческим. Организационная форма страхования. Их страхование имущества для защиты интересов сочетания юридических и физических лиц на основе добровольного соглашения. Общество взаимного страхования является юридическим лицом, для каждого застрахованного члена этого общества. США и Японии, в основном занимается в компании по страхованию жизни в форме общества взаимного страхования. В настоящее время, взаимного страхования на рынке страхования жизни в Японии составляет 89,4%.</i>	<i>фойда олишни кўзламайдиган нотижорат шаклидаги суғурта компанияси. Суғурта қилишинг ташкилий шакли. Ўзларининг мулкий манфаатларини суғуртавий ҳимоялаш учун юридик ва жисмоний шахсларнинг ихтиёрий битим асосида бирлашуви. Ўзаро суғурталаш жамияти юридик шахс ҳисобланиб, ҳар бир суғурталанувчи ушбу жамиятнинг аъзоси бўлади. АҚШ ва Японияда асосан, ҳаёт суғуртаси билан шуғулланувчи компаниялар ўзаро суғурталаш жамияти шаклидадир. Ҳозирги пайтда Японияда ўзаро суғурталаш жамиятлари ҳаётни суғурталаш бозорининг 89,4%ни ташкил этади.</i>	<i>insurance company is to take advantage of commercial. The organizational form of insurance. Their property insurance for the protection of the interests of the combination of legal and physical persons on the basis of a voluntary agreement. Mutual Insurance Society is a legal entity, for each insured member of this society. The US and Japan, mainly engaged in the life insurance companies in the form of a mutual insurance society. Currently, mutual insurance companies in the life insurance market in Japan is 89.4%.</i>
<i>netto-stavka</i> <i>процентная ставка</i> <i>нетто</i> <i>Net rate</i>	<i>брутто - ставка компонент. Источники скоростей средств, предназначенных для выплаты страхового возмещения, которые составляют 90% от общей ставки - Нетто</i>	<i>брутто-ставканинг асосий таркибий қисми. Нетто-ставка суғурта қопламасини тўлашга мўлжалланган пул маблағлари ресурслари бўлиб, у брутто-ставканинг 90 фоизигача миқдорини ташкил этади.</i>	<i>gross - rate component . Netto - rate sources of funds intended for the payment of insurance compensation , which amount to 90 % of the gross rate.</i>
<i>sug'urta ob'yekti</i> <i>объект</i>	<i>личное страхование жизни граждан, здоровье, умение работать: страхование</i>	<i>шахсий суғуртада фуқароларнинг ҳаёти, соғлиғи, меҳнат қобилияти: мулкий</i>	<i>personal insurance of citizens' life, health, ability to work: property insurance for buildings, equipment, vehicles, residential property, cargo</i>

<p>страхования</p> <p><i>object of insurance</i></p>	<p>имущества для зданий, оборудования, транспортных средств, жилой недвижимости, а также грузовых и иных имущественных интересов, связанных с материальными ценностями; физическое или юридическое лицо, чтобы навредить человеку с его собственным поведением гражданской ответственности - страхование ответственности секторов. Для того, чтобы оценить риск страхования может быть объектом экспертизы специалистами страховой компании.</p>	<p>суғуртада бинолар, қурилмалар, транспорт воситалари, уй-жой мулки, ташиладиган юклар ва бошқа моддий бойликларни сақлаш билан боғлиқ мулкий манфаатлар; жисмоний ёки юридик шахсинг ўз ҳатти-ҳаракати билан унинг шахсга зарар келтириши фуқаролик масъулияти - масъулиятни суғурталашда суғурта объектлари бўлиб ҳисобланади. Рискни баҳолаш мақсадида суғурта объекти суғурта компаниясининг мутахассислари томонидан экспертиза қилиниши мумкин.</p>	<p>and other property interests related to the material values; natural or legal person to hurt a person with his own behavior of civil liability - liability insurance sectors. In order to assess the risk of insurance can be an object of examination by experts of the insurance company.</p>
<p><i>oferta</i></p> <p>оферта</p> <p>Offer</p>	<p>Основная рекомендация условий, указанных в договоре страхования. Страховые компании предлагают конкретное физическое или юридическое лицо может отправить</p>	<p>асосий шартлар кўрсатилган ҳолда суғурта шартномасини тузиш таклифи. Суғурта компанияси офертани конкрет юридик ёки жисмоний шахсга йўллаши мумкин</p>	<p>The main recommendation of the conditions specified in the insurance contract. Insurance companies offer a specific natural or legal person may send</p>
<p><i>ofshor sug'urta kompaniyasi</i></p> <p>Страховая компания офшор</p> <p>Offshore insurance company</p>	<p>особый статус со страховой компанией. Оффшорные страховые компании низких налоговых ставок в оффшорных зонах (острова Бермуды, Гернси и Кэйманов острова). Оффшорные зоны участвовали в организации осуществления страховых операций компании акционеров страховых не контролируются государственными органами</p>	<p>махсус мақомга эга бўлган суғурта компанияси. Оффшор суғурта компаниялари солиқ тўлаш ставкалари энг кам булган оффшор зоналарда (Бермуд ороли, Гернси, Мэн ва Кэйманов ороллари) ташкил этилади. Оффшор зоналарда амалга ошириладиган суғурта операциялари суғурта компаниясини ташкил этишда қатнашган таъсисчилар жойлашган давлати органлари томонидан назорат этилмайди.</p>	<p>a special status with the insurance company. Offshore insurance companies of low tax rates in offshore zones (the island of Bermuda, Guernsey and Keymanov Islands). Offshore zones participated in the organization of the implementation of the insurance operations of insurance company shareholders are not controlled by the state bodies</p>
<p><i>obligatsiya shartnomasi</i></p> <p>Дополнительный контракт облигаций</p> <p>Optional bond</p>	<p>цедент договор перестрахования с любым из категорий страхового риска, страховщик обязан принять их к соответствующим</p>	<p>цедент қайта суғурталовчи билан келишган тоифадаги ҳар қандай суғурта рискинни бериши, қайта суғурталовчи эса уларни қабул қилиши шарт</p>	<p>tsedent reinsurance agreement with any of the categories of insurance risk, the insurer is obliged to take them to the relevant reinsurance contracts.</p>

<i>contract</i>	договорам перестрахования	эканлиги ҳақидаги қайта суғурталаш шартномаси.	
<i>siyosiy risk</i> <i>политический риск</i> <i>political risk</i>	Государственные органы в отношении передвижения лиц или организованной группой политических рисков, возникающих в результате спроса. Политический риск войны, акты политической власти или смены режима, изменения в законодательстве, а также средств массовой информации и забастовок, национализации, конфискации. Время страхования политических рисков компании от ответственности. Из-за политического риска, является единственным государством - принадлежат страховые компании могут быть застрахованы.	давлат органларининг ҳатти-ҳаракати ёхуд уюшган шахслар гуруҳининг сиёсий талаб бўйича чиқиши натижасида вужудга келадиган хавф. Сиёсий рискга уруш ҳаракатлари, сиёсий ҳокимиятнинг ёки тузумнинг ўзгариши, қонун ҳужжатларидаги ўзгаришлар, фуқароларнинг оммавий чиқишлари ва иш ташлашлари, миллийлаштириш, конфискация киради. Сиёсий риск рўй берган вақтда суғурта компанияси жавобгарликдан озод бўлади. Чунки сиёсий рисклар, фақат, давлатга қарашли махсус суғурта компаниялари томонидан суғурталаниши мумкин.	State authorities regarding the movement of persons or organized group of political risks arising as a result of the demand. The political risk of war, acts of political authority or regime change, changes in legislation, as well as media outlets and strikes, nationalization, confiscated. Time of political risk insurance company from liability. Because of the political risk, the only state - owned insurance companies can be insured.
<i>shaxsiy sug'urta</i> <i>личное страхование</i> <i>personal insurance</i>	страхование кредитов, что обеспечивает превышение просроченной задолженности над преимуществами первичного страхования имущества в случае полной утраты к коллатеральной актива	суғурта объекти сифатида фуқароларнинг ҳаёти, соғлиги ва меҳнат қобилиятини сақлаш билан боғлиқ манфаатлар мажмуаси шаклидаги суғурта тармоғи. Шахсий суғурта ҳаёт суғуртасига ва бахтсиз ҳодисалардан суғуртага ва тиббий суғуртага бўлинади. У рискли ва жамғарма функцияларига эга. Чет эл тажрибасида шахсий суғурта тўртта суғурта классидан иборат бўлиб, инсон ҳаётидаги рўй бериш мумкин бўлган ҳодисалар (туғилиш, ўлим, вояга етиш, никоҳдан ўтиш, маълум бир ёшгача яшаш) эҳтимоллиги билан боғлиқ барча суғурта	credit insurance that insures the excess of the outstanding indebtedness over the primary property insurance benefits in the event of a total loss to a collateral asset.

		турларини ўз ичига олади. Кенг маънода шахсий суғурта–бу узоқ муддатли ҳаёт суғуртаси, аралаш суғурта ва аннуитетлардир.	
<i>ehtimollar nazariyasi</i> Теория вероятности <i>Probability theory</i>	вероятность случайных событий, связанных с двусторонними отношениями с другими, чтобы определить вероятность событий в области математики. Теория вероятностей на основе случайных событий случиться так, что это, вероятно, быть большим или маленьким. Теория вероятностей является важным инструментом в деле осуществления актуарных расчетов.	тасодифий ҳодисаларнинг эҳтимоллиги бўйича ўзаро алоқада бўлган бошқа ҳодисаларнинг эҳтимоллигини аниқлаш билан боғлиқ математика фани. Эҳтимоллар назарияси асосида тасодифий ҳодисаларнинг рўй бериш эҳтимоллиги катта ёки кичик эканлиги аниқланади. Эҳтимоллар назарияси актуар ҳисоб-китобларни амалга оширишда муҳим восита ҳисобланади.	<i>the probability of random events related to the bilateral relations with the other to determine the likelihood of events in mathematics. Probability theory on the basis of random events happen that it is likely to be large or small. Probability theory is an important tool in the implementation of actuarial calculations.</i>
<i>kasbiy javobgarlik</i> профессиональной ответственности <i>professional Liability</i>	Покрытие доступно для оплаты обязательства, вытекающие из исполнения профессиональных или деловых обязанностей, связанных с охватом должны быть приспособлены к потребностям конкретной профессии. Примеры включают <i>abstracters</i> , бухгалтеров, страховых монтажников, архитекторов, инженеров, страховых агентов и брокеров, юристов, агентов по недвижимости, биржевые брокеры.	чет эл тажрибасида врачларнинг, адвокатларнинг, аудиторларнинг, нотариусларнинг, бухгалтер, архитектор ва бошқа касб эгаларининг учинчи шахсга зарар келтириш касбий жавобгарлигини суғурталаш шартномасини тасдиқлайдиган суғурта полисининг аталиши. Ушбу касб эгалари хусусий амалиёт билан шуғулланганларида, уларда суғурта полисининг бўлиши мажбурийдир	<i>coverage available to pay for liability arising out of the performance of professional or business related duties, with coverage being tailored to the needs of the specific profession. Examples include abstracters, accountants, insurance adjusters, architects, engineers, insurance agents and brokers, lawyers, real estate agents, stockbrokers.</i>
<i>mol-mulk sug'urtasi</i> страхование собственности <i>property insurance</i>	Охват защиты в связи застрахованы от утраты или повреждения недвижимого или движимого имущества от различных опасностей, в том числе, но не	турли қўринишдаги мол-мулкларни сақлаш билан боғлиқ манфаатлар суғурта муносабатларининг объекти ҳисобланган, суғуртанинг мустақил тармоғи. Суғурталанувчининг	<i>coverage protecting the insured against loss or damage to real or personal property from a variety of perils, including but not limited to fire, lightening, business interruption, loss of rents, glass breakage, tornado, windstorm, hail, water damage, explosion, riot, civil commotion, rain, or damage from</i>

	ограничиваясь огнем, освещения, прерывание бизнеса, потери арендной платы, разбития стекла, торнадо, буре, града, повреждения водой, взрыва, бунт, гражданские волнения, дождь, или ущерб от воздушных судов или транспортных средств.	шахсий мулки, унинг қарамоғида жойлашган мол-мулклар суғурталаниши мумкин. Суғурталанувчи сифатида, нафақат мол-мулкнинг соҳиблари, балки мол-мулкнинг сақланиши учун масъулиятли бўлган жисмоний ва юридик шахслар ҳам бўлиши мумкин.	aircraft or vehicles.
Proportional qayta sug'urta Пропорциональное перестрахование Proportional reinsurance	часть потерь и акций премиальных Страховщик с уступку лица	қайта суғурталаш шартномасини тузиш шакли. Бу ерда қайта суғурталаш компанияси суғурта мукофотларини умумий тушумидаги ва суғурта копламаларини тўлашда ўз улушига эга. Пропорционал қайта суғурталаш шартномалари квотали, экцедентли ва квота-экцедентли шартномаларини ўз ичига олади	portion of the losses and premium reinsurer shares with the ceding entity
uzaytirish продлить prolong	взаимное соглашение о продлении срока действия договора страхования. Кредит может быть подтверждено в письменной форме	ўзаро келишган ҳолда суғурта шартномасини амал қилиш муддатини узайтириш. Пролонгация ёзма кўринишда тасдиқланиши мумкин	mutual agreement to extend the term of the insurance contract. Credit can be confirmed in written form
kvota квота quota	1) совместно более чем одной страховой компании, чтобы внести свой вклад к объекту страховой компании. В этом случае квота каждой страховой компании отражается только в страховой полис; 2) перестраховочные компании для участия в перестраховочных взносов.	1) бир неча суғурта компанияси томонидан биргаликда тегишли объект суғурталанаётганда, битта суғурта компаниясига тўғри келадиган ҳисса. Бундай ҳолатда ҳар бир суғурта компаниясига тегишли квота ягона суғурта полисида ўз аксини топади; 2) қайта суғурталаш компаниясини қайта суғурталашда қатнашиш ҳиссаси.	1) shared by more than one insurance company to contribute towards the object an insurance company. In this case, the quota of each insurance company only reflected in the insurance policy; 2) reinsurance companies to participate in the reinsurance contributions.
qayta sug'urta перестрахование reinsurance	страхование рисков, связанных с экономической системой (первичный риск); финансовая устойчивость страховщика создать сбалансированный портфель страховых и	суғурталашга рискни қабул қилиш билан боғлиқ иқтисодий муносабатлар тизими (рискларни бирламчи жойлаштириш); суғурталовчи мувозанатлашган суғурта портфелини	insurance risk associated with the economic system (primary risk); the financial stability of the insurer to create a balanced portfolio of insurance and reinsurance operations, received a portion of the risk in order to ensure mutual agreement with the other insurer (secondary risk). According to the

	<p>перестраховочных операций, получил часть риска в целях обеспечения взаимного согласия с другого страховщика (вторичный риск). По операциям перестрахования страховых компаний, а также специализированных перестраховочных компаний</p>	<p>яратиш ва суғурта операцияларини молиявий барқарорлигини таъминлаш мақсадида қабул қилиб олинган рискни бир қисмини ўзаро келишилган ҳолда бошқа суғурталовчига бериши (рискни иккиламчи жойлаштириш). Қайта суғурталаш операцияларини суғурта компаниялар билан бир қаторда асосан, ихтисослашган қайта суғурталаш компаниялари амалга оширади. Қайта суғурталаш актив (рискни бериш) ва пассив (рискни қабул қилиб олиш) кўринишда бўлади. Бундан ташқари, қайта суғурталаш пропорционал ва непропорционал бўлади. Пропорционал қайта суғурталашда, қайта суғурталовчининг берилган риск бўйича улуши цедентнинг ўз жавобгарлигига қоладиган қисми аниқ бўлгандан сўнг аниқланади. Нопропорционал қайта суғурталашда рискни бериш тегишли лимит доирасида амалга оширилади. Бу ҳолда қайта суғурталовчи цедентдан суғурта мукофотининг бир қисмини олади (пропорционал қайта суғурталашдагидек суғурта суммасига мувофиқ келадиган суғурта мукофотини эмас).</p>	<p>reinsurance operations of insurance companies, as well as specialized reinsurance companies.</p>
<p>Kvotali qayta sug'urta Перестрахование квота Reinsurance quota</p>	<p>Страховая компания договор перестрахования с компанией часть риска. Это не соглашение квота была составлена. Перестраховочной компании пропорционально той части страховой</p>	<p>суғурта компанияси қайта суғурталовчи компания билан келишган ҳолда унга рискларни бир қисмини беради. Бу операция квота шартномаси орқали расмийлаштирилади. Қайта суғурталовчи компанияга суғурта</p>	<p>insurance company reinsurance agreement with the company a portion of the risk. This is not a quota agreement was drawn up. Reinsurance company in proportion to the portion of the insurance premium and the insurance company will participate in the review of the compensation .</p>

	премии и страховой компании будут участвовать в обзоре компенсации.	мукофотини тегишли қисми берилади ва қайта суғурталовчи компания пропорционал равишда қўрилган зарарни қоплашда иштирок этади.	
qayta sug'urtalovchi perestrahov aя компания reinsurance insurer	Страховой брокер перестрахования для принятия риск того, что физическое или юридическое лицо. Перестрахование риска вторичного распределения. Страховая компания в качестве перестраховщика. Крупнейшая в мире перестраховочная группа, Мюнхенское перестраховочное общество, швейцарская перестраховочная компания, Кельн перестраховочные компании и город. к. включают	суғурта брокери ёрдамида қайта суғурталаш учун рискни қабул қилиб оладиган жисмоний ёки юридик шахс. Қайта суғурталовчи ёрдамида рискни иккиламчи тақсимлаш амалга оширилади. Қайта суғурталовчи сифатида суғурта компанияси ҳам бўлиши мумкин. Жаҳондаги энг йирик қайта суғурталовчилар гуруҳига Мюнхен қайта суғурталаш жамияти, Швейцария қайта суғурталаш жамияти, Кёльн қайта суғурталаш жамиятлари ва ш. к. қиради	Insurance broker reinsurance for risk acceptance that an individual or a legal entity. Reinsurance risk in the secondary distribution. The insurance company as a reinsurer. The world's largest reinsurance group, Munich reinsurance company, Swiss Reinsurance Company, Cologne reinsurance companies and the city. k. include
qayta sug'urta brokeri перестрахов очный брокер Reinsurance broker	договоров перестрахования от своего имени от имени Сторон к страховщику, договорам перестрахования страховщика по созданию и внедрению юридического лица.	ўз номидан ва қайта суғурта қилиш шартномаси бўйича суғурта қилдирувчи тариқасида иштирок этувчи суғурталовчининг топшириғига биноан қайта суғурта қилиш шартномаси тузилишини ва ижро этилишини ташкил қилиш бўйича фаолият юритувчи юридик шахс	reinsurance contracts in its own name on behalf of Parties to the insurer, the insurer's reinsurance agreements on the creation and implementation of a legal entity.
rezerv fondi резервный фонд reserve fund	В этом году за счет страховых премий, полученных при отсутствии возможности выплаты страхового возмещения фонда средств, используемых для оплаты этого страхования. Известно, что сумма страховых убытков и ущерба, причиненного в результате инцидента одни и те же каждый год. Некоторые из событий годы страхования меньше	жорий йилда келиб тушган суғурта мукофотлари ҳисобидан суғурта қопламасини тўлаш имконияти бўлмаганда, ушбу суғурта қопламасини тўлаш учун фойдаланиладиган пул маблағлари фонди. Маълумки, суғурта ходисалари туфайли қўрилган йўқотишлар ва зарарлар миқдори ҳар йили ҳар-хил бўлади. Айрим йиллари суғурта ходисалари кам, бошқа йили эса кўпроқ бўлиши мумкин. Агар суғурта	this year at the expense of insurance premiums received by the absence of the possibility of payment of insurance compensation fund of funds used to pay for this insurance. It is known that the amount of insurance losses and damages caused by the accident are the same every year. Some of the events of the years of insurance less can be more. If you have insurance for damage caused by a large number of cases received in the current year in the amount of insurance premiums for more than a few times, the difference will be covered by the reserve fund.

	<p>может быть больше. Если у вас есть страховка за ущерб, причиненный в большом числе случаев, полученных в текущем году в сумме страховых премий более, чем несколько раз, разница будет покрываться в резервный фонд.</p>	<p>ходисалари сони кўп бўлиб, кўрилган зарар миқдори жорий йилда келиб тушган суғурта мукофотларидан бир неча марта кўп бўлса, уларнинг фарқи заҳира фонди ҳисобидан қопланади.</p>	
<p>Retrosedent ретроцедент Retrotsedent</p>	<p>полученных от перестрахования рисков (перестрахования), страховой или перестраховочной компании</p>	<p>қабул қилиб олинган қайта суғурталаш рискни ретроцессияга (иккинчи қайта суғурталаш) берувчи суғурта ёки қайта суғурталовчи компания</p>	<p>received from reinsurance Risk (reinsurance), insurance or reinsurance company</p>
<p>Retrosession ретроцессия Retrotsession ary</p>	<p>от ретроцедентом риска принимающего перестраховочная компания</p>	<p>ретроцедентдан рискни қабул қилиб олувчи қайта суғурталовчи компания</p>	<p>from retrotsedent risk receiving reinsurance company</p>
<p>Retrosessiya ретроцессия Retrotsessiya</p>	<p>1) получил больше рисков на перестрахование; 2) найти риск третичный</p>	<p>1) қайта суғурталашга илгари қабул қилиб олинган рискларни яна қайта суғурталашга бериш; 2) рискларни учламчи жойлаштириш</p>	<p>had received more risks for reinsurance; 2) locate the risk of tertiary</p>
<p>risk risk risk</p>	<p>Вероятность того, что страховой случай произойдет в то время как политика находится в месте. Например, в страховании жизни и здоровья, риск, как правило, вероятность того, что застрахованное лицо умрет, получить травму или заболеть. Мера вероятности того, что будущее может быть удивительно отличается от того, что мы ожидаем.</p>	<p>1) битта кутилаётган ҳодиса бўйича хавфнинг юзага келиши. Риск тушунчаси кўринишларининг хилма-хиллиги, уни содир бўлиши натижасида юзага келган оқибатларнинг оғирлиги, рискни рўй бериши сабабли пайдо бўлган зарарларни мутлоқ тугатишни имконияти бўлмаганлиги суғурта ишини ташкил этиш учун асос яратади. Шундай қилиб, риск суғуртавий ҳуқуқий муносабатларни шакллантириш учун шарт-шароит яратади. Риск-рискли ҳолатларнинг ягоналик ва ўзаро алоқадорлик йиғиндиси дур. Суғурта фанида риск тушунчасига турлича тарифлар берилган. Жумладан, риск-бу конкрет ҳодиса ёки ҳодисалар йиғиндиси</p>	<p>The likelihood that an insured event will happen while the policy is in place. For example, in life and health insurance, risk is typically the likelihood that the person insured will die, be injured or get sick. A measure of the possibility that the future may be surprisingly different from what we expect. Downside risk of loss and upside risk of gain.</p>

		<p>бўлиб, улар содир бўлган тақдирда суғурта компанияси қопламалар тўлайди. Риск суғурта объекти билан тўғридан тўғри боғланган. Объектга риск салбий таъсир кўрсатиб, уни шикастлаши ёхуд нобуд қилиши мумкин. Шу туфайли риск – бу ягона тасодифий ҳодиса бўлиб, унинг рўй бериши инсон онгига ёки иродасига боғлиқ эмас. Суғурта рискларининг рўйхати суғурталовчининг суғурта жавобгарлиги ҳажмини ташиқ этади. Риск баҳосининг пулдаги ифодаси суғурта тариф ставкасини ташиқ этади; 2) суғурта объекти: 3) суғурта жавобгарлигининг тури.</p>	
<p>risk menejmenti управление рисками risk management</p>	<p>Дисциплина для работы с возможностью того, что будущее может быть удивительно отличается от того, что мы ожидаем (см Стратегическое управление рисками). Управление чистых рисков, которым компания может быть предметом. Она включает в себя анализ всех воздействий на возможность потери и определить, как обрабатывать эти воздействия через такую практику, как избежать риска, сохраняя риск, снижение риска, или передачи риска, как правило, путем страхования</p>	<p>рискни камайтириш ёки чегаралаш бўйича суғурта компаниясининг мақсадли йўналтирилган ҳаракати. Риск менежментининг таркибий элементиға қуйидагилар қиради: рискни аниқлаш, рискни баҳолаш, рискни назорат қилиш ва рискни молиялаштириш</p>	<p>A discipline for dealing with the possibility that the future may be surprisingly different from what we expect (see Strategic risk management). Management of the pure risks to which a company might be subject. It involves analyzing all exposures to the possibility of loss and determining how to handle these exposures through practices such as avoiding the risk, retaining the risk, reducing the risk, or transferring the risk, usually by insurance</p>
<p>riskli holatlar ситуации риска risk situations</p>	<p>Тщательное изучение воздействия некоммерческой, как страхуются и страхованию</p>	<p>риск даражасига таъсир қилувчи омиллар. Суғурталанувчига маълум бўлган барча рискли ҳолатлар суғурта компаниясига хабар қилинади. Бу рискни баҳолашда муҳим аҳамиятга эга. Рискли ҳолатларни таҳлил этиш сурвейер ёки</p>	<p>A thorough examination of the exposures of the nonprofit, both insurable and uninsurable</p>

		аджастернинг функциясига киради. Бу суғурта компаниясини суғурта шартномасини тузиш ёки тузмаслик масаласи бўйича қарор қабул қилишида ҳамда суғурта қопламалари ва суммаларини тўлашда муҳим ўрин тутади. Рискли ҳолатлар: шахсий ва ашёвий; тўғри ва эгри; тасдиқланадиган ва инкор қилинадиган: объектив ва субъектив турларга бўлинади.	
<p><i>riskni baholash</i></p> <p>оценка риска</p> <p><i>risk assessment</i></p>	<p>все параметры риска, характеризующие характеристики риска в виде в натуральном и стоимостной анализ. Он отделен от группы, в зависимости от соответствующей иконки на соответствующих рисков и критериев оценки риска. Например, если договор страхования возраста человека. Договоры страхования момент, страховщик может привести к смерти или инвалидности с целью выявления опасных заболеваний могут быть переданы клиенту в дополнение к первоначальной медицинской экспертизы. Он знаком с объектом страхования, всестороннего анализа. По результатам анализа страховых правоотношений страховщик со страховой компанией, чтобы предоставить письменное заключение о целесообразности</p>	<p>риск параметрларини характерловчи барча рискли ҳолатларни натура ва қиймат кўринишида таҳлил этиш. Энг аҳамиятли белгисига қараб тегишли рисклар гуруҳи ажратилган ҳамда у рискни баҳолаш мезони ҳисобланади. Масалан, шахсий суғурта шартномасини тузишда инсоннинг ёшига эътибор берилади. Суғурта шартномаси тузилган моментдан, суғурталанувчининг ўлимига ёки ногирон бўлиб қолишига олиб келувчи хавфли касалликларни аниқлаш мақсадига миждо қўшимча равишда дастлабки тиббий текширувдан ўтказилиши мумкин. Суғурта компанияларида рискни баҳолаш ишини сюрвейерлар амалга оширади. У суғурта объекти билан жиддий танишади, ҳар томонлама таҳлил этади. Таҳлил натижаларига мувофиқ суғурталанувчи билан суғуртавий ҳуқуқий муносабатларга киришишини мақсадга мувофиқлиги тўғрисида суғурта компаниясига ёзма хулоса беради</p>	<p>A thorough examination of the exposures of the nonprofit, both insurable and uninsurable. Insurance companies carry out risk assessment work syurveyers. He is familiar with the object of insurance, comprehensive analysis. According to the results of the analysis of the insurer insurance legal relations with the insurance company to provide a written opinion on the advisability.</p>
<p><i>maxsus vakolatli</i></p>	<p>страхование регулирование и надзор</p>	<p>суғурта фаолиятини тартибга солиш ва</p>	<p>insurance regulation and supervision of the activities of the</p>

<i>davlat organi</i> специально - уполномочен ный государстве нный <i>specially - authorized state</i>	за деятельностью Кабинета Министров Республики Узбекистан, установленным специально уполномоченным государственным органом.	назорат қилишни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланадиган махсус ваколатли давлат органи.	<i>Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan established by the specially authorized state body.</i>
<i>Slip</i> слип <i>slip</i>	риск того, что характеризует этот документ. Скользящими формируется страховыми брокерами и страховщиками. Слип страховой компании страхового риска взносы. Англия проскользнуть страховой полис истек. В некоторых случаях выплата страховой талон документ.	рискни характерловчи хужжат. Слип суғурта брокери томонидан тузилади ва андеррайтерга берилади. Слипда суғурта компаниясининг рискни суғурталашдаги ҳиссаси қўрсатилади. Англияда слип суғурта полисига тенглаштирилади. Айрим ҳолатларда слип суғурта қопламасини тўлашда асосий хужжат ҳисобланади.	<i>risk that characterizes the document. Slip formed by insurance brokers and underwriters. Slip the insurance company risk insurance contributions. England slip the insurance policy expired. In some cases, the payment slip insurance document.</i>
<i>syurver</i> Сюрвейр <i>Surveyer</i>	экспертиза страхования имущества работника налоговой страховой компания. Страхования компания приняла решение на основании заключения договора страхования. Практика зарубежных компаний, специализирующихся на обеспечении пожарной безопасности, профессиональные организации безопасности выполняют функцию сюрвер.	суғуртага тортиладиган мол-мулкни кўриқдан ўтказувчи суғурта компаниясининг ходими. Суғурта компанияси сюрвейернинг хулосаси асосида суғурта шартномасини тузиш тўғрисида қарор қабул қилади. Чет эл амалиётида ёнғин ҳавфсизлигини таъминловчи ихтисослашган фирмалар, меҳнат муҳофазаси бўйича ташкilotлар сюрвейер функциясини бажаради.	<i>insurance company employee examination of the taxable property insurance. Syurverer the company decided on the basis of the conclusion of the insurance contract. The practice of foreign companies specializing in providing fire safety , occupational safety organizations perform the function of syurverer.</i>
<i>Shomaj</i> шомаж <i>Shomaj</i>	В результате страхового случая, связанного с остановкой производства не может извлечь выгоду из страхования рисков	суғурта ҳодисаси рўй бериши натижасида ишлаб чиқаришни тўхтаб қолиши билан боғлиқ фойда олмаслик рискни суғуртаси.	<i>As a result of an insurance event associated with the stop of production can not benefit from risk insurance .</i>
<i>tarif stavkasi</i> тарифная ставка <i>tariff rate</i>	Риск изменения цен на страхование; который представляет собой процент от страховой брутто - ставка. Ставка (брутто - ставка) состоит из двух частей: нетто - ставки и скорости сети - нагрузки. Чистый коэффициент представляет собой	суғурта рискни бахоси; суғурта суммасига нисбатан фоизларда ҳисобланадиган брутто- ставка. Тариф ставкаси (брутто-ставка) икки қисмдан иборат: нетто- ставка ва нетто- ставкага юклама. Нетто-ставка суғурта компаниясининг суғурта фондидан қиладиган	<i>Insurance Risk price; which is a percentage of the insurance gross - rate. Rate (gross - rate) consists of two parts: net - rate and the rate of net - load. Net rate represents the cost of the insurance company that the insurance fund.</i>

	стоимость страховой компании, страховой фонд.	харажатларини ифодалайди. Нетто-ставкага юклама суғурта компаниясининг иш юритиш харажатларини, комиссия ҳақини ва бошқа харажатларини ўз ичига олади. Шахсий суғурта бўйича тариф ставкаси мол-мулк суғуртасининг тариф ставкасидан кескин фарқ қилади. Ҳаёт суғуртасидаги тариф ставкаси ҳаётийлик жадвали ва даромад нормасига мувофиқ ҳисоблаб чиқилади.	
<i>tsedent</i> <i>цедент</i> <i>Tsedent</i>	страховых компаний, осуществляющих риск вторичного размещения, перестрахования рисков. Вторичный студент называется ретроцедентом.	рискни иккиламчи жойлаштиришни амалга оширувчи, яъни рискни қайта суғурталаш учун берувчи суғурта компанияси. Иккиламчи цедент ретроцедент деб аталади.	<i>to insurance companies carrying out the risk of the secondary placement, the risk reinsurance. Secondary tsedent called retrotsedent .</i>
<i>tsessiya</i> <i>цессия</i> <i>Tsessiya</i>	1) страхование страхового риска процесс. Цедент и правовые отношения между страховщиком. 2) Зарубежная практика Цедент означает страховые взносы.	1) суғурта рискни қайта суғурталашга бериш жараёни. Цедент ва қайта суғурталовчи ўртасидан ҳуқуқий муносабатларда ишлатилади. 2) Хориж амалиётида цедентнинг олинган суғурта мукофоти маъносини билдиради.	1) insurance risk to reinsurance process. Tsedent and legal relationship between the insurer. 2) Foreign practice means tsedent's insurance premiums.
<i>anderrayer</i> <i>андеррайтер</i> <i>underwriter</i>	человек, который идентифицирует, анализирует и классифицирует степень риска, представленного предлагаемый застрахована, чтобы определить, должен ли быть обеспечен охват и, если да, то с какой скоростью. Индивидуальное обучение по оценке рисков и определении ставок и покрытий для них. Кроме того, страховщик. Человек, который рассматривает заявление на страхование и решает, если заявитель	турли рискларни суғурталаш ваколатига эга, суғурта компанияси томонидан тайинланадиган шахс. Суғурта компаниясининг суғурта портфелини шаклланиши учун жавоб беради. У суғурта шартномаларини тузиш, рискларни баҳолаш ва суғурта тарифи ставкасини белгилаш юзасидан тегишли малакага эга бўлиши зарур; 2) Ллойд суғурта полисларини берадиган Ллойд суғурта корпорациясини аъзоси; 3) потенциал мижозларга суғурта полисини сотиш билан шуғулланадиган ёки	<i>person who identifies, examines and classifies the degree of risk represented by a proposed insured in order to determine whether or not coverage should be provided and, if so, at what rate. The individual trained in evaluating risks and determining rates and coverages for them. Also, an insurer. The person who reviews an application for insurance and decides if the applicant is acceptable and at what premium rate.</i>

	<i>является приемлемым и по какой ставке премии.</i>	<i>манфаатдор томонларга суғурта соҳаси бўйича юқори даражада маслаҳат хизматларни қўрсатадиган жисмоний ёки юридик шахс.</i>	
<i>anderayting siyosati anderrayter еская полутика underwriter Policy</i>	<i>страхования и рассмотреть новые предложения, которые могут принять или отклонить выводы политики</i>	<i>суғурталаш билан боғлиқ янги таклифларни кўриб чиқиш ва мазкур таклифни қабул қилиш ёки рад этиш тўғрисида хулосалар чиқаришга қаратилган сиёсат</i>	<i>to insurance and consider new proposals that can accept or reject the conclusions of the policy</i>
<i>anderrayting anderrayting underwriting</i>	<i>процесс, посредством которого страховая компания рассматривает риски и определяет, будет ли страховщик принимать на себя риск или нет, классифицирует те, приняты и определяет соответствующую скорость для покрытия при условии. 1) оценка страхового риска; 2) условия договоров страхования и его исполнения; 3) страхование.</i>	<i>1) суғурталаш мақсадида рискни баҳолаш; 2) суғурта шартномаларини тузиш ва унинг шартларини бажариш; 3) суғурта.</i>	<i>the process by which an insurance company examines risk and determines whether the insurer will accept the risk or not, classifies those accepted and determines the appropriate rate for coverage provided. 1) insurance risk assessment; 2) the terms of the insurance contracts and its performance; 3) insurance.</i>

VII. ADABIYOTLAR RO'YXATI

Asosiy adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasining sug'urta bozorini isloh qilish va uning jadal rivojlanishini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2019-yil 2-avgustdagi PQ-4412-sonli Farmoni.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Sug'urta bozorini raqamlashtirish va hayot sug'urta sohasini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 2021 yil 23 oktyabr PQ-5265-sonli Qarori.
4. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. - Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. - 488 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. - Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. - 104 b.
6. Kenjayev I., Matiyazova S., Adilova G. Sug'urta mahsulotlarini sotishni tashkil etish. O'quv qo'llanma. T.: Iqtisod-moliya, 2018. 132 b.
7. Kenjayev I.G., Abdurimova M.A., Abdullayeva N.A. Sug'urta biznesi. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisod-moliya, 2021. –320 b.
8. Abduraxmonov I., Abduraimova M., Abdullaeva N. Sug'urta nazariyasi va amaliyoti. Darslik. –T.: Iqtisod-moliya, 2021. – 420 b.
9. Yuldashev O., Zakirxodjaeva Sh. Hayot sug'urtasi. Darslik. –T.: Iqtisod-moliya, 2021. –380 b.
10. Anisimov A. Yu. Straxovoe delo: uchebnik i praktikum dlya SPO. – M.: Izdatelstvo Yurayt, 2018. – 186 s

Qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi.
2. "O'zbekiston Respublikasida mulkchilik to'g'risida" Qonuni.
3. O'zbekiston Respublikasining "Sug'urta faoliyati to'g'risida"gi Qonuni. 2021 yil 15 iyun.
4. Abduraxmonov I.X. Teoriya i praktika straxovaniya. Uchebnik. – T.: Iqtisod-moliya, 2021. – 696 s.
5. Maslova T. Meditsinskoe straxovanie grajdan. Novshestva, vozmojnosti vibora. – M.: Bibliotechka RG, 2019. – 192 s.
6. Andreeva Ye. V. Straxovanie: kurs leksiy. – Irkusk: Izd-vo BGU, 2015. – 263 s.

7. Razumovskaya Ye.A., Fomenko V.V. Straxovoe delo: uchebnoe posobie. – Yekaterinburg: Gumanitarniy universitet, 2016. – 249 s.

8. Tarasova, Yu. A. Straxovanie: uchebnik i praktikum dlya prikladnogo bakalavriata. – M.: Izdatelstvo Yurayt, 2018. – 236 s.

9. Robert H., II Jerry, Douglas S. Richmond “Understanding Insurance Law”, LexisNexis; 5 edition, UK, 2016.

Internet saytlari:

1. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali;
2. www.lex.uz – O'zb. Res. qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi;
3. www.mineconomy.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi sayti;
4. www.mf.uz – O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi sayti;
5. www.cbu.uz – O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki sayti;
6. www.soliq.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat soliq qo'mitasi sayti;
7. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi sayti;
8. www.uza.uz – O'zbekiston Milliy axborot agentligi sayti;
9. www.appraiser.ru – Rossiya baholash tashkiloti sayti;
10. www.gki.uz – *O* www.saipro.uz (“Saypro” reyting agentligi rasmiy sayti).