TO'LOVGA QOBILLIK STANDARTLARINI JORIY QILISHDA MARKAZIY-SHARQIY YEVROPA MAMLAKATLARI TAJRIBALARI

Olmosova Munisa Sherxon qizi,
Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti talaba.

Annotatsiya: Sug'urta operatsiyalarini to'g'ri tashkil etish hamda ularning samarali amalga oshishinita'minlash yuzasidan raqobatbardosh sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqish va sotishning nazariy hamda amaliy jihatlarini o'rganish, tahlil qilish, ushbu faoliyatni amalga oshirishning huquqiy asoslarini o'rganish, sug'urta operatsiyalarining samarali kechishida sug'urtalovchi va mijoz o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solish va sug'urta bozorida raqobatni ta'minlash maqsadida sug'urtalanuvchilarning da'volarini ijobiy tomonga hal etish, shuningdek ushbu faoliyatni takomillashtirish borasida amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdir.

Kirish so'zlar: Sug'urta operatsiyalari, sug'urta mahsuloti, risk, to'lovga qobillik.

Iqtisodiy taraqqiy etgan davlatlarda sug'urta kundalik hayotning ajralmas bir bo'lagiga aylanganligini alohida qayd etish lozim. Bugungi kunda AQSh, Yaponiya va Evropa Ittifoqi davlatlarida ko'pchilik fuqarolar faqat o'z hayotlarinigina emas, balki butun mol-mulkini, farzandlarini to'liq sug'urtalagani ayni haqiqatdir. Bu bejiz emas, albatta. Ular sug'urtani "tinch hayot kechirish uchun to'lov" deb talqin etishadi. Sug'urta rivojlangan davlatlar iqtisodiyotida muhim o'rin tutishini quyidagi raqamlardan ham anglab olish mumkin. Yaponiya yalpi ichki mahsulotida sug'urta xizmatlarining hajmi qariyb 12 foizni tashkil etadi. Kunchiqar mamlakat aholisining yarmidan ko'pi o'z hayotlarini sug'urta qilishgan.

Sug'urta mustaqillik yillarida O'zbekistonda yangi bosqichga ko'tarildi. Agar o'sha sobiq ittifoq davrida mamlakat ichkarisidagi barcha sug'urta ishlari faqat "Gosstrax" deb atalmish davlat sug'urta organlari tomonidan amalga oshirilgan bo'lsa, bugungi sug'urta bozorida 27 ta sug'urta tashkiloti 200 ga yaqin sug'urta xizmatlarini ko'rsatishmoqda.

Birinchidan, biz o'z mol-mulkimizni sug'urtalasak, agar sug'urtalangan mol-mulk biror oldindan ko'rib bo'lmaydigan hodisalarning yuz berishi natijasida shikastlansa, ko'rilgan zarar miqdori sug'urta tashkiloti tomonidan qoplanadi. Demak, o'z mol-mulkini sug'urta qildirgan shaxs sug'urta tashkiloti to'lagan sug'urta qoplamasi evaziga yo'qotilgan moddiy boyliklar qiymatini tiklaydi. Agar sug'urtalovchi tegishli sug'urta qoplamasini bermaganida, ehtimol, zarar ko'rgan shaxs o'z mol-mulki qiymatini tiklay olmasligi mumkin edi.

Ikkinchidan, sug'urtalangan shaxsga to'langan sug'urta qoplamalari va summalari soliqqa tortilmaydi. Bu juda muhim. Gapning ochig'i, ko'pchilik fuqarolarimiz sug'urtaning mana shu xususiyatidan to'liq xabardor emaslar. Amaldagi soliq qonunchiligi hujjatlariga muvofiq, fuqarolar va korxonalaroladigan daromadlar belgilangan tartibda daromad (foyda) solig'iga tortilishi lozim, ular uchun berilgan imtiyozlar bundan mustasno. Ammo sug'urta hodisalari ro'y berishi natijasida ko'rilgan zararlarni qoplash uchun sug'urta tashkilotlaritomonidan to'langan pul mablag'lari fuqaro yoki korxonalarning daromadi sifatida baholanmaydi.

Uchinchidan, korxona va tashkilotlarning o'z mol-mulki yoki boshqa manfaatlarini ixtiyoriy sug'urta qilish bilan bog'liq xarajatlari daromad (foyda) solig'i bazasidan chiqariladi. Shu yerda alohida ta'kidlash kerakki, 2002 yilning boshlariga qadar korxona va tashkilotlar o'z mol-mulkini ixtiyoriy sug'urta qilish bo'yicha to'lagan sug'urta mukofotlari soliqqa tortiladigan bazaga kiritilar edi. Bu holat ularni ixtiyoriy sug'urtaga bo'lgan manfaatdorligini yanada pasaytirar edi.

Mamlakatimizdagi mavjud korxona va tashkilotlarning anchagina qismi sug'urta himoyasiga olinmaganligining omillaridan biri ham ana shunda desak, aslo mubolag'a bo'lmaydi.

Ma'lumki, iqtisodiyot tarmoqlarining kengayishi hamda ularning rivojlanishida mazkur yo'nalishdagi mavjud raqobat muhiti muhim rol o'ynaydi. Raqobatda faol va tartibli qatnashish, shuningdek unda zafar qozonish istagida bo'lgan har bir sub'ekt o'z faoliyatini samarali olib bori shga intiladi. Bugungi kunda iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo'lgan sug'urta tarmog'ida ham sug'urta tashkilotlari o'rtasida raqobat kurashi borayotganligini kuzatish mumkin. Sug'urta tashkilotlari o'zining asl mijozlariga ega bo'lishi va aholining imkonqadar keng qatlaminin o'ziga jalb qilishi undan aniq maqsadli strategik xatti-harakatlarni olib borishni talab etadi. Bunday xatti-harakatlardan eng asosiysi mijozlarning talab va ehtiyojlarini o'zida aks ettiruvchi sug'urta mahsulotini yaratish hisoblanadi. Sug`urta mahsuloti – sug`urtalanuvchiga sug`urta shartnomasini tuzish orqali taqdim etiladigan asosiy va yordamchi xizmatlar yig`indisidir.

Sug`urta mahsuloti tarkibidan uning asosiy xususiyatlarini – beriladigan kafolatlar, sug`urta summalari, franshizalar va narxni o`zida mujassam etgan "o`zak"ni shartli ravishda ajratib ko`rsatish mumkin. Kafolatlar muayyan hujjatlarda (sug`urta polisi, unga ilova qilingan izohlar) va reklamada ifoda topadi. Xuddi shular orqali sug`urtalanuvchi sug`urta mahsulotining iste`mol xususiyatlari to`g`risida, o`z xarididan qanday manfaat topishi mumkinligi to`g`risida ma`lumot oladi. Sug`urta polisining va unga qo`shimcha hujjatlarning dizayni hamda sug`urta qiluvchining nomlanishi va savdo markasi ham shu tarkibga kiradi.

Sug`urta mahsulotining yakuniy ifodasi kompaniya tomonidan mazkur sug`urta mahsuloti doirasida taqdim etiladigan asosiy va qo`shimcha xizmat turlarida ifoda topadi. Bu – sug`urta qoplamasini to`lash bilan bog`liq o`zi bajaradigan sug`urta amaliyotlari (asosiy xizmatlar) va sug`urta hodisasini hal etish.

Sug`urta xizmatining (sug`urta mahsulotining) sug`urtalanuvchi tomonidan xizmatni tanlab olinishiga ta`sir ko`rsatadigan o`ziga xos xususiyatlari quyidagilar hisoblanadi:

- texnik xususiyatlar – taqdim etiladigan kafolatlar (sug`urta qoplamasi, sug`urtalanayotgan xatarlar), kafolatlash darajasi (sug`urta summalari), franshizalar va h.k.;
- iqtisodiy xususiyatlar – narxi, sug`urta summasining indeksatsiyalanishi, sug`urta qiluvchining foydasiga sheriklik, ssuda olish imkoniyatining mavjudligi, sug`urta qiluvchining ishonchliligi;
- ijtimoiy qiymati (iste`mol bahosi) – taqdim etilayotgan xavfsizlik, daromadlilik, umidvorlilik, sotuv amalga oshirilgandan keyingi xizmatlar (sug`urta hodisalarini tekshirish, qo`shimcha xizmatlar, sug`urtalanuvchiga nisbatan hurmat-e`tibor) sifatini baholash.

Sug`urta mahsulotining bu xususiyatlari iste`molchi tomonidan sug`urta kompaniyasini va uning muayyan ko`rinishdagi xizmatlarni tanlab olishi uchun mezon sifatida xizmat qiladi. Albatta bu omillarning ahamiyati bir iste`mol segmentida boshqasinikidagidan farqlanadi. Masalan, korxonalarning rahbarlari uchun sug`urta mahsulotining texnik va iqtisodiy xususiyatlari katta ahamiyat kasb etgan holda, ijtimoiy baholash unchalik muhim hisoblanmaydi. Jismoniy shaxslar uchun esa, savdo markasining obro`-e`tiborga egaligi va umidvorliligi ahamiyat kasb etadi.

Mutaxassislarning tadqiqotlari ko`rsatishicha, bugungi kunda iqtisodiy rivojlangan mamalakatlarda sug`urta qoplamasi bir bo`lgan sharoitda sug`urta qiluvchini tanlashning muhim omili sifatida quyidagilar yuz ko`rsatadi (ahamiyatliligi pasayib boradigan tartibda):

- sug`urta mahsulotining narxi (boshqa omillardan katta farq bilan oldinda turadi);

https://wordlyknowledge.uz

- sug`urta xizmatlarining sifati, ayniqsa sug`urta hodisalarini tekshirish va hal etish;

Sug`urta mahsulotlari ularning amalda bo`lib turishiga sababchi bo`lgan asosiy, eng muhim talab nuqtai nazaridan katta guruhlarga ajratiladi. Umumiy ehtiyoj, sug`urtaning vujudga kelish sababi – o`z shaxsiy iqtisodiy xavfsizligini ta`minlash istagini izohlaydi. Uni bir necha o`ziga xos mayda talablarga ajratish mumkin, ulardan eng asosiylari sifatida quyidagilarni ko`rsatish mumkin: tasodifiy noxush hodisa ro`y bergan taqdirda kafolatlanish talabi; mehnatga layoqatlilik yoki o`lim yuz bergan holda o`zini va oilasini kafolatlash; muayyan muddat ichida jamg`arma hosil qilish yoki o`ziga badavlat keksalikni ta`minlash. Muayyan talablar bo`yicha sug`urta mahsulotlarini katta guruhlarga "oilalarga" ajratish mumkin va ularning har biri bironta eng muhim ehtiyojni qondirishga xizmat qiladi. G`arbda iste`molchilar quyidagilardan sug`urta xizmatlarini sotib olishlari mumkin:

- ixtisoslashgan sug`urta vositachilari – brokerlar orqali;
- sug`urta mahsulotlarini sotish asosiy faoliyat turiga kirmaydigan vositachilar – banklar, supermarketlar, avtoustaxonalar va h.k.;
- sug`urta qiluvchining bosh agentliklardagi xolis agentlari orqali;
- sug`urta qiluvchining xodimlari (agentlari) hisoblanmish vakillari orqali;
- sug`urta qiluvchi bosh ofisining bo`linmalarida yoki uning telefon, pochta yoki kompyuter tarmog`i orqali bevosita sotish bilan shug`ullanuvchi sho`ba korxonalaridan[6].

Ularning hammasini bir nom ostida – sug`urta mahsulotini sotish (o`tkazish) tizimi nomi bilan birlashtirish mumkin. Asosiy faoliyati bo`lmish sug`urta mahsulotini sotishdan tashqari, yuqorida sanab o`tilgan tizimlar bozorto`g`risidagi, raqobatchi firmalar to`g`risidagi ma`lumotlarni to`plash, bozor istiqbollarini tahlil qilish bilan ham shug`ullanadilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Me'yoriy-huquqiy hujjatlar
2. O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi. 1996 yil (o'zgartirish va qo'shimchalar bilan).
3. "Transport vositalari egalarining fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urtaqilish to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Qonuni. 2008 yil 21 aprel.
4. "Ish beruvchiining fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urta qilish to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Qonuni. 2009 yil 16 aprel.
5. O'zbekiston Respublikasining "Tashuvchining fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urta qilish to'g'risida"gi Qonuni. 2015 yil 26 may
6. O'zbekiston Respublikasining Qonuni "Sug'urta faoliyati to'g'risida". 2002 yil 28 may (O'zgartirish va qo'shimchalar bilan).