

**KASBIY JAVOBGARLIKNI MAJBURIY SUG'URTA QILISHGA OID  
SHARTNOMANI TUZISHDA INTERNETDAN FOYDALANISHNING HUQUQIY  
ASOSLARINI SHAKLLANTIRISH**

**Izzat To'rayevich Palvanov**

Toshkent davlat yuridik universiteti mustaqil izlanuvchisi

E.mail: [palvanov.izzat@mail.ru](mailto:palvanov.izzat@mail.ru)

**Annotatsiya:** Elektron iqtisodiyotning globallashuvi biznes xizmatlari jahon bozorida sezilarli o'sishga olib keldi. Axborot texnologiyalari va Internet sohasidagi so'nggi yutuqlar biznesni yuritish texnologiyasi va foydalanish chegaralari haqidagi tasavvurni o'zgartirdi. Axborot texnologiyalarining jadal o'sishi Internet sug'urtasi uchun yangi imkoniyatlar ochadi va yangi muammolarni keltirib chiqaradi. An'anaviy tovar bozorlarining to'yinganligi iste'molchiga doimiy ravishda yangi yondashuvlarni izlashni talab qiladi.

**Kalit so'zlar:** sug'urta, Internet, shartnoma, sug'urta qildiruvchi, sug'urtalovchi, sug'urta kompaniyasi, sug'urta xizmatlari, sug'urta polisi.

Zamonaviy dunyoda o'z imidji uchun ishlaydigan har qanday o'zini hurmat qiladigan kompaniya korporativ veb-saytga ega. Potensial mijozlar uchun telefon orqali qo'ng'iroq qilish yoki kompaniya ofisiga tashrif buyurishdan ko'ra, kompyuterda o'tirgan holda o'zlarini qiziqtirgan tovar va xizmatlarni bilish ancha qulayroqdir. Internetda turli moliya institutlari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar soni doimiy ravishda o'sib bormoqda. O'z mijozlariga onlayn-banking yordamida masofaviy hisob xizmatlarini ko'rsatadigan banklardan so'ng, ko'plab sug'urta tashkilotlari internetga tobora ko'proq e'tibor berishni boshlaydilar va onlayn sug'urta xizmatlarini ko'rsatishga tayyor ekanliklarini namoyish etadilar.

Elektron hujjat aylanishi va Internet-sug'urta tizimini joriy etish, jahon bozorida mavjud bo'lgan mijozlarga xizmat ko'rsatish tizimlarini yanada rivojlantirish va yangi tashkil etilgan Internet-sug'urta portallarini markazlashtirilgan boshqarish bilan bir qatorda dolzarb ahamiyatga ega. Bugungi kunda internet-sug'urtasining dolzarbligi kompyuter tarmoqlarining rivojlanishi va global darajada tarqalishi va ulardan turli sohalarda foydalanish bilan bog'liq. Kompyuter tarmoqlari millionlab odamlar uchun aloqa va biznesning asosiy vositasiga aylandi.

Internet sug'urtasi-bu sug'urta mahsulotini tanlash, tarif va sug'urta miqdorini hisoblash, polisni imzolash, to'lovni amalga oshirishni o'zida ifodalaydigan sug'urta shartnomasini sug'urta kompaniyasining veb-sayti yoki sug'urta vositachisi orqali to'g'ridan-to'g'ri tuzish, sug'urta ko'zdan kechirishni tashkil etish va polisning qog'oz shaklini yetkazib berish (agar sug'urta shartlari talab qilsa)dir.

Kasbiy javobgarlikni Internetsug'urta mavzusi bo'yicha ko'plab asarlar xorijiy mutaxassislar: G. Kaprio, S. Kol, A. Demirgus-Kant, I. Kirsner, A. Operkentlar tomonidan ishlab chiqilgan. Ularning tadqiqotlari alohida mamlakatlarda Internetni sotib olish tizimini tushunish uchun asos bo'lib, ularning har biri moliyaviy xizmatlar bozorining ma'lum darajada rivojlanishi va onlayn tijorat faoliyatining tarixiy jihatlari bilan tavsiflanadi.

Ushbu mamlakatlarning olimlari tomonidan o'tkazilgan xorijiy mamlakatlarda Internetni sotib olish tizimlarini ko'rib chiqish bizga Internet-sug'urta tizimlarining ishlash qonuniyatlarini statistik va tarixiy va siyosiy jihatlar asosida kuzatish imkonini beradi. Amerikalik tadqiqotchilar allaqachon ishlaydigan Internet-o'zaro ta'sir komplekslarida ma'lumotlarni himoya qilish tizimlarini afzal ko'rishadi. G'arbiy yevropalik olimlar AQSH tajribasini o'rganadilar va Internet-portallar faoliyatining o'ziga xos modelini yaratadilar. Sharqiy Yevropa olimlarining asarlarida Internetni sotib olish tizimlarini joriy etish va xorijiy tajribani hisobga olish to'g'risidagi nazariy ma'lumotlar ustunlik qiladi.

Internet sug'urtasi - bu sug'urta kompaniyasining sotib olish faoliyati shakllaridan biridir, chunki sug'urta xizmatlarini tarqatish uchun klassik kanallarning to'yinganligi mijozlar bilan o'zaro aloqada bo'lish uchun yangi, tejamkor va qulay mexanizmlarni yaratish va ishlab chiqishni talab qiladi. Xorijiy mamlakatlarda Internet-sug'urta tizimlarining ishlashi va rivojlanishini har tomonlama o'rganish uchun ushbu konsepsiyaning iqtisodiy mohiyati va uni tashkil etish tamoyillariga murojaat qilish lozim.

Sug'urta bozorining hozirgi rivojlanish holati biznes jarayonlarini tezkor avtomatlashtirish va bulutli va Internet texnologiyalariga o'tish bilan tavsiflanadi. Internetdan sug'urta mahsulotlarini tarqatish uchun yangi kanal sifatida foydalanish bir vaqtning o'zida mijozlar tomonidan ularni olishni osonlashtirishga imkon beradi va sug'urta kompaniyasining sug'urta xizmatlarini sotib olish xarajatlarini kamaytiradi. Elektron tijorat orqali sug'urta kompaniyasining xarajatlarini kamaytirish xizmatlar sifatiga ta'sir qilmaydi va mijoz an'anaviy yondashuvdagi kabi bilan bir xil iqtisodiy foyda oladi.

Sug'urta bozorini tobora ko'proq amaliy ishlanmalarni talab qiladigan yuqori texnologiyali tuzilishga aylantirishning asosiy tarmog'i internetdan foydalanuvchilar sonining tez o'sishi bo'ldi. Biznes jarayonlarini qurishning samarali modelida o'zgarishlar boshlandi. Shaxsiy iste'molchilarning xatti-harakatlarida va umuman sug'urta segmentida tub o'zgarishlar yuz berdi.

Sug'urta moliyaviy xizmat sifatida nomoddiy xususiyatga ega-sotuvchi va xaridor o'rtasida bevosita aloqasiz sotish uchun mos obyekt sanaladi. Birinchidan, bu sug'urta qilinadigan mulkiy manfaatlarni baholash uchun sug'urtalovchi vakilining jismoniy ishtirokini talab qilmaydigan sug'urta turlariga taalluqlidir. Shunday qilib, bu o'rind gap past sug'urta mukofotlari, belgilangan sug'urta stavkalari va sug'urta to'lovlari bilan sug'urta turlari haqida ketmoqda.

Xorijiy mamlakatlarda Internet sug'urtasining xususiyatlarini aniqlash uchun taqqoslash usuli qo'llanildi, bu geografik jihatdan xilma-xil tadqiqotlardan foydalanishga va hodisa haqida to'liq tasavvurga ega bo'lishga imkon berdi.

Internet texnologiyalarining rivojlanishi zamonaviy jamiyat rivojlanishidagi shubhasiz bosqichdir. Yuqori tezlikda turli xil aqlli qurilmalardan keng 3G va 4G tarmog'iga bepul kirish iste'molchilar tarmoqdagi barcha kundalik vazifalarini istalgan joyda va har qanday holatda kamroq vaqt yo'qotish bilan bajarish imkoniyatiga ega ekanligini anglatadi. Bunday sharoitlar onlayn tijorat va uning tovarlar va xizmatlarni taqsimlashning odatiy usullari bilan bog'liqligi haqida ko'plab munozaralarga sabab bo'ladi.

So'nggi o'ttiz yil ichida to'g'ridan-to'g'ri sotuvlar "robot" ustidan hukmronlik qildi, zamonaviy tadqiqotlar ko'plab kompaniyalarning kapitallashuv tuzilmasida elektron tijoratning o'sib borayotgan rolini ko'rsatadi, chunki jonli aloqa va odamlar bilan aloqa savdo hajmini oshirishning asosiy omillari hisoblanadi.

Xizmat ko'rsatish munosabatlari inson omilini butunlay inkorq qilish mumkin emas, lekin ko'p hollarda muntazam boshqaruv va mijozlarga xizmat ko'rsatish operatsiyalariga sarflanadigan vaqtni qisqartirish sug'urta kompaniyalari uchun ham, ularning mijozlari uchun ham ijobiydir.

Rivojlangan mamlakatlarda Internet sug'urta bozori o'sishining sabablaridan biri bu o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tizimlariga talabning oshishi hisoblanadi. Shubhasiz, Internet-banking deb atash mumkin bo'lgan asosiy misollar, supermarketlardagi o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish kassalari o'z qo'llaringiz bilan "tizimdan foydalanish" ning sezilarli darajada

ommalashganligidan dalolat beradi. Qo'shimcha xodimlarni rad etish va mijoz tomonidan muayyan operatsiyalarni amalga oshirishda asosiy dalil navbatlardan xalos bo'lish layoqati va mijozning zarur va qulay bo'lgan vaqtda va joyda individula operatsiyalarni bajarish layoqatidir.

Sug'urta sohasida o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishni rivojlantirish, BGL kompaniyasining bir milliondan ortiq mijozlari Internet orqali o'z sug'urta shartnomalarini boshqarish imkoniyatiga ega bo'lganligi Junction kompaniyasi ma'lumotlari bilan tasdiqlangan. Avto sug'urta sohasining eng yirik vakili hisoblangan Ageas Insurance Solutions kompaniyasida ham shunga o'xshash holat kuzatilgan. Uning mijozlari Auto Direct tizimi orqali o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishga, ya'ni sug'urta kompaniyasining veb-sayti orqali o'z shartnomalarini boshqarishga o'tdilar. Ushbu xizmat ishga tushirilgandan beri mijozlarning 97% dan ortig'i qog'oz vositalaridan voz kechib, elektron hujjat aylanishiga o'tdi.

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tizimlariga talabning bunday darajasiga e'tibor bermaslik mantiqsizdir. Katta kuchli o'yinchilar bilan narxga sezgir bozorda Internet texnologiyalarini joriy etishga alohida ehtiyoj mavjud.

Onlayn sug'urtaning eng dinamik vakillaridan biri bu Buyuk Britaniyada avtomobil sug'urtasi bo'lib, bozorning uchdan ikki qismi Internet orqali shartnomalar tuzadi. Ushbu sektorda mukofotlar darajasining bosqichma-bosqich pasayishi sharoitida mijozlarni jalb qilish hajmi va samaradorligi birinchi o'ringa chiqadi. Bunday sharoitda, raqobatbardosh narxlash siyosati va o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish imkoniyati taklif qiladigan veb-saytlardan foydalanish ko'proq samaraliroqdir.

Foydalanuvchi interfeysini ishlab chiqish sug'urta kompaniyalari uchun asosiy vazifalardan biriga aylandi, chunki mahsulotni umumiy idrok etish unga bog'liq hisoblanadi. O'z-o'ziga xizmat ko'rsatishning so'nggi portallari ham telefon, ham to'g'ridan-to'g'ri sotish tajribasini hisobga olgan holda ishlab chiqilgan. Har bir yangilanish bilan ular sug'urta kompaniyasining maqsadlariga ham, iste'molchilarning xohishlariga ham javob beradigan tobora mukammal dizayn va funktsionallikka ega.

iOS 7 va Windows8-ning ishga tushirilishi bilan boshlangan tendensiyalarga ko'ra, barcha veb-saytlar oddiy tartiblarda interfeysdan foydalanishni boshladilar, bu ularni o'z-o'ziga xizmat qilish uchun imkon qadar osonlashtiradi.

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatishning afzalliklari juda yaxshi namoyon bo'lmoqda. Mijozlar uchun bu qulayroq ma'lumot almashish va individual jarayonlarni boshqarish, ya'ni

eng talabchan mijozlarning ehtiyojlarini qondirish uchun imkoniyatdir. Shuningdek, mijozlar bilan ishlashning ushbu prinsipi ularga faolroq ishtirok etish tuygʻusini berishga imkon beradi, chunki istalgan vaqtda sugʻurta kompaniyasining veb-saytida yoki mobil ilova orqali “oʻz ofisiga” tashrif buyurish mumkin va bu ofisga kelishdan va baʼzan hatto qoʻngʻiroq qilishdan osonroq va qulayroqdir.

Sugʻurta kompaniyasi yoki broker uchun xarajatlarning sezilarli darajada pasayishi va samaradorlikning oshishi, shu jumladan qogʻoz hujjatlarni saqlash va individual biznes jarayonlarini tezlashtirish xarajatlari kamayadi. Xususan, mijozlar tomonidan hujjatlarni elektron shaklda taqdim etish va ularning shaxsiy yozuvlariga avtomatik ravishda biriktirish mijozlarning biznesini yuritish uchun sarflanadigan vaqtni qisqartiradi va taqdim etilgan maʼlumotlarning vaqti va toʻliqligini tasdiqlaydi, bu individual nizolarni hal qilishda asosiy omil boʻlishi mumkin.

Sugʻurta qildiruvchining 85% sugʻurta kompaniyasi xodimlaridan yordam soʻramasdan bitimlarning 85% dan ortigʻini amalga oshirishlari mumkin. Bu sugʻurta kompaniyasi xodimlarini sugʻurta holatlarida hujjatlar va dalillarni qidirish va boshqarish kabi muntazam faoliyatdan ozod qiladi. Bunday sharoitda xodimlar nostandart sugʻurta holatlari, VIP mijozlarga xizmat koʻrsatish va individual sugʻurta himoyasi shartlarini ishlab chiqish bilan shugʻullanishlari mumkin.

Nazorat qiluvchi organlar elektron hujjat aylanishiga oʻtmoqda. Hozirda davlat organlari qogʻoz siyosatini toʻliq isloh qilmoqda va hujjatlarning elektron versiyasiga oʻtmoqda. Firibgarlikka qarshi kurashish uchun har bir sugʻurta polisining asosiligi va qonuniyligini tekshirish imkonini beruvchi markazlashtirilgan maʼlumotlar bazasi yaratilgan.

Internet texnologiyalari, shubhasiz, sugʻurta firibgarligini rivojlantirish uchun yangi sahifa ochdi, ammo ulardan foydalanish mijozdan boshqa manbalar va maʼlumotlar bazalaridan olingan maʼlumotlarni tekshirishni tezlashtirishga imkon beradi.

Axborot va sugʻurta bozorining individual oʻyinchilari, masalan IIL (Insurance Initiatives Limited) va LexisNexis sugʻurta kompaniyalari va brokerlarining onlayn savdo texnologiyalarida amalga oshirilishi mumkin boʻlgan yagona dasturiy mahsulot va maʼlumotlar bazasini olish uchun yirik dasturiy taʼminot ishlab chiquvchilari bilan oʻzaro aloqalarni boshladilar.

Bunday mahsulot real vaqt rejimida mijoz haqida toʻliq maʼlumot olish imkonini beradi. Bunday tekshirish sugʻurta bozori ishtirokchilariga sugʻurta kompaniyalaridan

mavjud bo'lmagan yo'qotishlar uchun kompensatsiya talab qilgan yoki ularni qasddan yetkazgan potentsial firibgarlarni yo'q qilishga imkon beradi. Ushbu yechimning alohida funktsionalligi vijdonli mijozlar uchun tarif siyosatini tezroq shakllantirish va ular uchun qo'shimcha mukofotlar va bonuslarni hisoblashdir.

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tizimlari, shuningdek, sug'urta kompaniyalari va brokerlari tomonidan mijozlarning individual ma'lumotlaridan foydalanish va tadqiq qilish uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan o'ziga xos shaxsiylashtirilgan onlayn-izni yaratadi. Ushbu ma'lumotlar bizga individual sug'urta yechimlarini, mavjud shartnomalar uchun qo'shimcha variantlarni taklif qilish va onlayn tizimlarning ishlashi uchun mijozlarning doimiy talablarini shakllantirish imkonini beradi.

So'nggi ishlanmalar va tadqiqotlar sug'urta bozori vakillariga "katta ma'lumotlar" deb ataladigan ma'lumotlarga kirish imkonini beradi. Ularni tadqiq qilish va tizimlashtirish har bir alohida mijoz va ularning guruhlarini faoliyatining xulq-atvor jihatlari haqida to'liqroq tasavvurga ega bo'lishga imkon beradi, ya'ni mijozlar talablarini yaxshiroq qondirish, mavjudlarini yaxshilash va eng yangi mahsulotlarni ishlab chiqish uchun potentsial imkoniyat yaratadi. Amazon va Spotify tadqiqotchilarining fikricha, allaqachon sotib olingan tovarlar haqidagi ma'lumotlar mijozlarga mavjudlarining operatsion xususiyatlarini to'ldirish yoki yaxshilash uchun quyidagi mumkin bo'lgan xaridlarni yanada samarali taklif qilish imkonini beradi.

Onlayn sug'urta sohasidagi o'zgarishlar odatdagi biznes jarayonlarini simulyatsiya qilish va avtomatlashtirish imkonini beradi. Bunday o'zgarishlar sug'urta holatlarini boshqarish va qoplash jarayonlarini boshqarish uchun mehnat xarajatlarini kamaytirishga, mijozga sug'urta tuzilmalari vakillari bilan majburiy aloqalar sonini kamaytirishga va o'z sug'urta polislarini boshqarishni osonlashtirishga imkon beradi.

Bugungi kunga qadar Qo'shma Shtatlarda o'zlarining onlayn vakolatxonalariga ega bo'lgan 4800 dan ortiq sug'urta kompaniyalari mavjud.

So'nggi tadqiqotlarga ko'ra, global sug'urta bozorining yillik Internet aylanmasi \$ 800 mln dollarni tashkil etadi va bu umumiy Internet savdosining 8-10% ni tashkil qiladi. Hozirgi vaqtda sug'urta kompaniyalari daromadlarining 7 foizi elektron tijorat hisobiga to'g'ri keladi. Auditorlik firmasining prognozlariga ko'ra PricewaterhouseCoopers, bu ko'rsatkich 2023-yilda 22% ga yetadi. Va o'z mijozlari bilan Internet orqali aloqada bo'lgan va yangilarini jalb qiladigan sug'urtalovchilarning ulushi shu

davrda 11 foizdan 70 foizgacha o'sadi. Umumiy Internetga kelish dinamikasini hisobga olgan holda, bu prognoz juda o'rnlidir.

Qo'shma Shtatlarda alohida kompaniyalarning veb-saytlari bilan bir qatorda ixtisoslashtirilgan sug'urta portallari ham ishlaydi. Portallarning veb-saytlarida ([www.insweb.com](http://www.insweb.com), [Insure.com](http://Insure.com), [insurence.com](http://insurence.com), [lifeshopper.com](http://lifeshopper.com) va boshqalar) sug'urta bozoridagi eng yirik o'yinchilar haqida ma'lumot to'plashdi. Foydalanuvchi bir xil turdagi xizmatlar uchun turli sug'urtalovchilarning narxlarini taqqoslashi, ma'lum bir kompaniyaning ma'lum bir sug'urta xizmatlariga nimalar kiritilganligini bilib olishi mumkin. Shuningdek, eng yirik agentliklar va portallar yaratuvchilari tomonidan tuzilgan sug'urta kompaniyalarining reytinglari bilan tanishish mumkin. Mijoz uchun qo'shimcha qulaylik-bu "geografik taqsimlanish"ning mavjudligi. Portalga tashrif buyuruvchi o'z shtatida amal qiladigan har qanday sug'urta uchun eng yaxshi takliflarni bilib olishi mumkin.

Shuningdek, sug'urta bozorining bir yoki turli sohalarida faoliyat yuritadigan 2 dan 10 gacha kompaniyalarni birlashtirgan mini-portallar mavjud. Ushbu portallar loyiha ishtirokchilarini bitta virtual sug'urta tizimiga birlashtiradi, unga ko'ra mijoz polisni onlayn xarid qilishi mumkin. Shunday qilib, mijozga bitta saytda juda ko'p turli xil sug'urta mahsulotlari taklif etiladi. Va odatda, birinchi navbatda potensial sug'urta qildiruvchidan kerakli sug'urta dasturini, keyin esa kompaniyani tanlash so'raladi. Masalan, bunday portallar o'z ichiga oladi: QuickenInsurance universal portali (Travelers, Electric Insurance, Reliance Direct i Ohio Casualty Grouplarni birlashtiradi) va eHealthInsurance (Kaiser Permanente, PacificCare, Blue Cross/Blue Shield i Health Net).

Odatda, kompaniyaning shaxsiy veb-saytlarida yoki mini-portallarda tashrif buyuruvchiga ro'yxatdan o'tish tavsiya etiladi, ya'ni shaxsiy ma'lumotlar bilan anketani to'ldiring va agar saytda bitta xizmat turi taklif etilsa, murojaat qilishda foydalanish mumkin bo'lgan ma'lumotlar sug'urta qilish uchun taqdim etiladi.

Quyida o'z xizmatlarini ni butunlay Internet orqali sotadigan 2 ta kompaniya keltirilgan. Deyarli har bir amerika sug'urta kompaniyasi o'z veb - saytiga egalik qilishiga qaramay, ularning ko'plari Internet-brokerlar – sug'urta portallari orqali xizmatlarni taklif etishni afzal ko'radilar.

American International Group, Inc. AQShda joylashgan yetakchi xalqaro sug'urta tashkiloti va Amerikadagi tijorat va sanoat sug'urtasining eng yirik anderrayterlaridan biridir. Unga a'zo kompaniyalar 130 ga yaqin mamlakatda (shu jumladan Rossiya va Ukrainada)

turli xil sug'urta turlarini taqdim etadilar. 2022-yil yakunlariga ko'ra, AIG sof foyda bo'yicha sug'urta va moliyaviy xizmatlarga ixtisoslashgan AQShda joylashgan barcha tashkilotlar orasida birinchi, Amerikaning barcha davlat korporatsiyalari orasida 17-o'rinni egalladi. AIGning kuchli moliyaviy holati "Moody's" i "Standard & Poor's" kabi yetakchi xalqaro reyting agentliklariga ko'ra eng yuqori kredit reytingi (AAA) bilan aks etadi.

AIGning asosiy Internet vakolatxonasi [www.aig.com](http://www.aig.com) portal bo'lib, undan kompaniyaning boshqa saytlariga kirish mumkin. Korporatsiya va uning bo'linmalari to'g'risida umumiy ma'lumotlarni tavsiflash uchun [www.aigcorporate.com](http://www.aigcorporate.com) veb-sayti ta'kil etilgan. Bu yerda AIG tarixi batafsil tavsiflangan, kompaniya faoliyati bilan bog'liq yangiliklar taqdim etilgan, tashrif buyuruvchi barcha asosiy yillik moliyaviy hisobotlar bilan tanishishi mumkin va hokazo.

Jismoniy shaxslar va kichik biznes subyektlariga o'z xizmatlarini onlayn sotish uchun maxsus veb-sayt - [www.aigdirect.com](http://www.aigdirect.com) (faqat AQSH rezidentlari uchun) tashkil etildi. U quyidagi sug'urta turlarini taqdim etadi: avtomobil sug'urtasi, mulkni sug'urtalash, hayotni sug'urtalash, baxtsiz hodisalardan sug'urta qilish va sayohat sug'urtasi. Har bir sug'urta turi uchun veb-saytning maxsus bo'limi yaratilgan bo'lib, unda xizmatning tavsifi, buning uchun mumkin bo'lgan to'lov turlari keltirilgan. Shuningdek, har bir bo'limda mijozga xizmat ko'rsatish markazi mavjud: an'anaviy savollarga javoblar, sug'urta lug'ati, ekspert maslahati va boshqalar. Har bir xizmatning o'z sug'urta kalkulyatori mavjud bo'lib, u yerda xaridor nafaqat sug'urta parametrlariga, balki mukofotni to'lash turiga (bir martalik yoki bo'lib-bo'lib), hisoblash foiz stavkasiga, ma'lum bir davlatda soliq yig'ish va hokazolarga qarab sug'urta mukofoti miqdorini hisoblashi mumkin. Eng to'liq va tarkibga boy bo'lim-bu avtomobillar sug'urtasiga bag'ishlangan bo'lim, hatto avtomobil haydash bo'yicha amaliy maslahatlar, ABS, ESP, Air Bags va boshqalar kabi transport vositalarini himoya qilish tizimlari haqida ma'lumotlar mavjud. Bularning barchasi yuqori sifatli video yozuvlar ko'rinishida taqdim etilgan.

Har qanday sug'urta turi uchun polisni sotib olish jarayoni taxminan bir xil ko'rinadi. U 5-7 bosqichga bo'linadi, uning davomida xaridor ba'zi savollarga javob berishi yoki tegishli veb-shakllarni to'ldirishi kerak. Dastlab, xaridor yashaydigan davlat aniqlanadi. Keyin 4-5 ta anketa to'ldiriladi, unda xaridor o'zi uchun zarur bo'lgan sug'urta dasturining shartlari, sug'urta obyekti, to'lovlarni amalga oshirish usuli va boshqalar to'g'risidagi



ma'lumotlarni kiritadi. Oxirgi qadam-mijoz haqidagi shaxsiy ma'lumotlarni kiritish: manzil, telefon, elektron pochta va sug'urta mukofoti olinadigan plastik karta raqami. Shundan so'ng sug'urta polisi shakllantiriladi va mijozga pochta orqali yuboriladi. Sug'urta polisini sotib olish uchun ariza berish jarayonida xaridor sug'urta mukofoti miqdorini hisoblay olmaydi. Shuning uchun, ariza topshirishdan oldin, u ushbu miqdorni sug'urta kalkulyatorida hisoblashi kerak.

Shuningdek, tegishli so'rovnomani to'ldirish orqali veb-saytda sug'urta hodisasini talab qilish mumkin.

Internet sug'urtasi-bu Internet orqali sug'urta shartnomalarini tarqatish va boshqarish imkonini beruvchi o'zaro ta'sir qiluvchi elementlar to'plamidir. Mijozlar bilan o'zaro munosabatlarning bunday tizimini ishlab chiqish bir qator afzallik va kamchiliklarga ega bo'lib, bunda kompaniya sug'urta xizmatlarini onlayn sotish orqali o'z biznesini kengaytishi imkoniyati ega bo'ladi. Har bir sug'urta kompaniyasi o'zi uchun raqobatbardosh mavqeini oshirish va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan kamchiliklarni bartaraf etish uchun onlayn sug'urtani yaratish imkoniyatlari va mexanizmlarini mustaqil ravishda tanlashi lozim.

Internet sug'urtasini amalga oshirish variantlarining kombinatsiyasi har bir kompaniyaga mavjud resurslardan foydalanish imkoniyatiga ega bo'lgan va yangilarining oqilona investitsiyalarini talab qiladigan mijoz bilan o'zaro munosabatlarning bunday algoritmini tanlashga imkon beradi. Internet orqali mijoz bilan o'zaro ta'sir algoritmini tanlash qobiliyati onlayn sug'urta segmentiga kirish to'sig'ini bartaraf etadi.

Elektron sug'urta nuqtai nazaridan sug'urtaning tuzilishi va shartlari boshqacha bo'ladi. Muayyan sug'urta turiga ixtisoslashgan sug'urta kompaniyalari universal sug'urta korporatsiyalaridan kam bo'lmagan muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi mumkin, chunki biznes samaradorligi kuchli axborot yordamini ta'minlaydi. Kelajak aloqalarining asosi axborot magistrallari bo'ladi. Internet allaqachon axborot avtomagistralining asosiy vositasi va manbasiga aylanib ulgurdi. Kibermakon deb ataladigan insonning ishbilarmonlik faoliyati sohasidagi o'zgarish shaxsiy kompyuterning maqsadini o'zgartirishga olib keladi. Qo'shimcha vositadan u sug'urta kompaniyasi mijozining vakolatli vakiliga aylandi. Ko'rinib turibdiki, sug'urta faoliyatining yagona axborot makonini muvaffaqiyatli shakllantirish turli xil magistral yo'llarning mosligini talab qiladi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasi Internet sug'urtasini rivojlantirish zarurligini ko'rsatmoqda, chunki foydalanuvchilar sonining o'sishi va onlayn tizimlarga bo'lgan

ishonchning o'sishi Internetdagi pul oqimlarining keskin o'sishiga olib keladi. Xorijiy mamlakatlardagi Internet-sug'urta faoliyatining ijobiy tendensiyalari sifatida quyidagilar ko'rsatib o'tish mumkin: mijozlarga xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirish; sug'urta mahsulotlarining hududiy qamrovini kengaytirish; sug'urta madaniyatini yaxshilash; o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini yaratish; inson omili ta'sirini kamaytirish. Bunda sug'urtalovchi va mijozlarning Internetdagi o'zaro munosabatlari modeli tavsiflanadi va elektron sug'urta sharoitida sug'urtaning tuzilishi va shartlari boshqacha ekanligi aniqlanadi.