

**Səkinə Abdurahim HACIYEVA**

Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, i.e.d., dosent  
E-mail: [hajiyevasakina@yahoo.com](mailto:hajiyevasakina@yahoo.com)

**Fateh Sahib HÜSEYNOV**

Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin magistrantı  
E-mail: [huseynovfateh8@gmail.com](mailto:huseynovfateh8@gmail.com)

**TURİZM SAHƏSİNDƏ SİĞORTA XİDMƏTLƏRİNİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNƏ  
TƏSİRİ**

**Xülasə**

Turizm sahəsində sığorta xidmətləri turistlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və risklərin azaldılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Səyahət sığortası, tibbi sığorta, baqaj və məsuliyyət sığortası kimi xidmətlər turizm məhsullarının keyfiyyətini artıraraq turistlərin etibarını gücləndirir. Bu amil turizm şirkətlərinin və destinasiya ölkələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə müsbət təsir göstərir. Bu məqalədə turizm sahəsində sığorta xidmətlərinin rəqabət qabiliyyətinə təsiri kompleks şəkildə təhlil olunur. Tədqiqatın məqsədi turizm sektorunda sığorta mexanizmlərinin rolunu müəyyənləşdirmək, onların turizm müəssisələrinin dayanıqlılığına, xidmət keyfiyyətinə və bazar mövqeyinə təsirini qiymətləndirməkdən ibarətdir. Məqalədə səyahət sığortası, tibbi sığorta, məsuliyyət və risk sığortası kimi xidmətlərin turizm məhsulunun tərkib hissəsinə çevrilməsi və bunun nəticəsində turist məmnuniyyətinin, etimadın və təhlükəsizlik səviyyəsinin artması əsaslandırılır. Tədqiqatın elmi və praktik əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, sığorta xidmətlərinin inkişaf səviyyəsi turizm destinasiyalarının beynəlxalq bazarda rəqabət üstünlüyü qazanmasına, risklərin effektiv idarə olunmasına və sektorun davamlı inkişafına şərait yaradır.

**Açar sözləri:** turizm, sığorta, rəqabət, təhlükəsizlik.

**UOT:** 338.48:368

**JEL:** L83, G22, D41

**DOI:** <https://doi.org/10.54414/VUET1158>

**Giriş**

Turizm sahəsi iqtisadiyyatın inkişaf edən və yüksək multiplikativ effektdə malik sektorlarından biridir. Bu sahə yalnız xidmət ixracı mənbəyi kimi deyil, həm də məşğulluğun artırılması, regionların sosial-iqtisadi inkişafı, infrastrukturun yenilənməsi və beynəlxalq imicin formalaşdırılması baxımından mühüm rol oynayır. Qloballaşma, rəqəmsallaşma və beynəlxalq mobilliyin artması turizm bazarında rəqabəti daha da gücləndirmişdir. Müasir şəraitdə turizm destinasiyaları və şirkətləri yalnız qiymət və xidmət müxtəlifliyi ilə deyil, həm də təhlükəsizlik, etibarlılıq və risklərin idarə olunması səviyyəsi ilə rəqabət aparırlar.

Sığorta xidmətləri turizm sektorunun əsas və strateji komponentinə çevrilmişdir. Turizm fəaliyyəti təbiətinə görə yüksək riskli sahə hesab olunur, çünki səfərlər zamanı gözlənilməz hadisələrin baş vermə ehtimalı mövcuddur. Turizm sığortası turistlərin səfər müddətində qarşılaşa biləcəyi tibbi problemlər, qəza halları, səfərin gecikməsi və ya ləğvi, baqajın itməsi, hüquqi məsuliyyət və digər fors-major hallar nəticəsində yaranan maliyyə itkilərini kompensasiya etməyə imkan verir [2].

Sığorta mexanizmləri yalnız turistlər üçün deyil, həm də turizm müəssisələri üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Tur operatorları, hotellər və nəqliyyat şirkətləri üçün məsuliyyət sığortası və digər sığorta növləri hüquqi və

maliyyə risklərinin azaldılmasına xidmət edir. Bu işə sektorun sabitliyini artırır, xidmət keyfiyyətini yüksəldir və turistlərin etimadını gücləndirir. Nəticə etibarilə, sığorta xidmətlərinin inkişaf səviyyəsi turizm bazasında rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasında əsas determinantlardan biri kimi çıxış edir.

Sığorta xidmətlərinin inkişafı turizm sektorunda dayanıqlılığın və risklərə qarşı davamlılığın güclənməsinə mühüm təsir göstərir. Turizm fəaliyyəti birbaşa olaraq xarici mühit amillərindən iqtisadi dalğalanmalardan, epidemioloji vəziyyətdən, siyasi sabitlikdən, iqlim dəyişikliklərindən və təbii fəlakətlərdən asılıdır. Bu baxımdan sektor yüksək riskli və dəyişkən xarakter daşıyır. Səfər gecikmələri, reyslərin ləğvi, təbii fəlakətlər, fəvqəladə tibbi hallar, epidemiya və pandemiyalar, eləcə də siyasi qeyri-sabitlik halları həm turistlər, həm də turizm müəssisələri üçün ciddi maliyyə itkiləri yarada bilər. Məhz bu mərhələdə sığorta mexanizmləri risklərin transferi və kompensasiyası vasitəsilə sektorun maliyyə sabitliyini qorumağa xidmət edir. Səyahət sığortası turistlərin fərdi risklərini minimuma endirməklə yanaşı, tur operatorları və digər xidmət təminatçıları üçün də maliyyə yükünü azaldır. Məsuliyyət sığortası, ləğv sığortası və fəvqəladə hallar üzrə təminat paketləri turizm subyektlərinin gözlənilməz xərclər qarşısında iflası uğrama riskini azaldır və onların fəaliyyətinin fasiləsizliyini təmin edir [3].

Xüsusən qlobal böhranlar dövründə, məsələn, pandemiyalar, beynəlxalq münaqişələr və ya genişmiqyaslı təbii fəlakətlər zamanı sığorta sistemi turizm sənayesinin davamlılığının əsas təminat mexanizmlərindən biri kimi çıxış edir. Bu kimi hallarda kompensasiya mexanizmlərinin mövcudluğu bazarda etimadın saxlanmasına, turist axınının bərpasına və sektorun daha sürətli reabilitasiyasına şərait yaradır.

Sığorta xidmətlərinin inkişafı risklərin qabaqalayıcı idarə olunmasına da stimül verir. Sığorta şirkətləri risk qiymətləndirmə sistemləri, statistik analiz və proqnozlaşdırma mexanizmləri vasitəsilə turizm müəssisələrini daha təhlükəsiz və dayanıqlı fəaliyyət modelinə yönəldir. Nəticədə sığorta xidmətləri yalnız kompensasiya funksiyası daşımır, həm

də turizm sektorunda strateji menecmenti aləti kimi çıxış edərək uzunmüddətli dayanıqlı inkişafın təmin olunmasına töhfə verir.

Məsələn, 2020–2021-ci illərdə COVID-19 pandemiyası zamanı bir çox ölkələrdə turizm fəaliyyəti kəskin şəkildə məhdudlaşdırıldı və minlərlə səfər ləğv olundu. İspaniya, İtaliya və Tailand kimi məşhur turizm ölkələrində milyonlarla rezervasiya ləğv edildi və bu, turistlər və turizm şirkətləri üçün böyük maliyyə yükü yaratdı. Bu dövrdə səyahətlərin ləğvi sığortası (trip cancellation insurance) olan turistlər ödəniş etdikləri vəsaitin müəyyən hissəsini geri ala bildilər. Məsələn, İspaniyada sığorta təminatı olan turistlərin 70 %-dən çoxu ödədikləri paketlərin geri ödənilməsini əldə etmişdir, bu işə həm istehlakçı məmnuniyyətinin qorunmasına, həm də turizm şirkətləri ilə müştərilər arasında hüquqi mübahisələrin azalmasına səbəb oldu. Eyni zamanda, bəzi tur operatorları “pandemiya təminatlı paketlər” təklif etməklə bazarda rəqabət üstünlüyü qazandıılar və müştəri etibarını qoruyub saxlaya bildilər [7].

Təbii fəlakət riski yüksək olan regionlarda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrini göstərmək olar. Məsələn, Yaponiya və Yeni Zelandiya kimi seysmik aktiv zonalarda dağ turizmi və ekstremal turizm növlərində qəza riski daha yüksəkdir. Bu sahədə fəaliyyət göstərən şirkətlər üçün məsuliyyət sığortası (liability insurance) və qəza sığortası risklərin idarə olunmasında mühüm rol oynayır. Əgər turist dağ yürüşü zamanı xəsarət alarsa, tibbi xərclərin və mümkün hüquqi kompensasiyanın sığorta tərəfindən qarşılınması şirkətin maliyyə dayanıqlılığını qoruyur və onun bazarda mövqeyini zəiflətmir.

Hava nəqliyyatı sektorunda da sığorta mexanizmlərinin rolu aydın şəkildə görünür. Məsələn, Kanadanın bəzi aviaşirkətləri sənişinlər üçün gecikmə və baqaj itkisi hallarında ödənişləri əhatə edən əlavə sığorta paketləri təklif edir. Bu xidmət təminatı sayəsində aviaşirkətlər və turizm agentlikləri üçün reputasiya riskinin azalmasına xidmət edilir. Müştəri məmnuniyyətinin qorunması işə uzunmüddətli perspektivdə bazarda rəqabət üstünlüyü yaradır [4].

Tibbi turizm sahəsində sığorta təminatının mövcudluğu xüsusi əhəmiyyət

daşıyır. Məsələn, Türkiyə və Hindistan tibbi turizm üzrə ixtisaslaşmış ölkələrdir və bu ölkələrdə xarici ölkədən gələn xəstələr üçün tibbi sığorta paketləri geniş tətbiq olunur. Xarici ölkədə müalicə alan turist üçün tibbi

sığortanın olması qərar qəbul etmə prosesinə birbaşa təsir edir. Buna görə də bu ölkələr beynəlxalq sığorta şirkətləri ilə əməkdaşlıq edərək daha geniş turist axını cəlb edə bilirlər.

**Cədvəl 1.** Turizm sahəsində sığorta xidmətlərinin rəqabət qabiliyyətinə təsiri.

Ölkə	Risk növü	Tətbiq olunan sığorta növü	Rəqabətə təsiri
İspaniya	Pandemiya, səfər ləğvi	Səfərin ləğvi sığortası (Trip Cancellation)	Müştəri etibarı qorundu, hüquqi mübahisələr azaldı
İtaliya	Pandemiya, fəvqəladə hallar	Kompleks səyahət sığortası	Bazar sabitliyi saxlanıldı
Yaponiya	Zəlzələ, ekstremal turizm riskləri	Məsuliyyət və qəza sığortası	Ekstremal turizm bazarında etibar artdı
Yeni Zelandiya	Dağ və macəra turizmi riskləri	Qəza və məsuliyyət sığortası	Dayanıqlı fəaliyyət təmin edildi
Kanada	Uçuş gecikməsi, baqaj itkisi	Aviasiya sığortası və əlavə təminat paketləri	Reputasiya riski azaldı, xidmət keyfiyyəti yüksəldi
Türkiyə	Tibbi turizm riskləri	Beynəlxalq tibbi sığorta paketləri	Tibbi turizmdə rəqabət üstünlüyü artdı
Hindistan	Tibbi və cərrahi müdaxilə riskləri	Tibbi turizm sığortası	Qiymət və təhlükəsizlik baxımından cəlbedicilik yüksəldi

**Mənbə:** Müəllifin tərtibi.

Cədvəldən göründüyü kimi, sığorta xidmətləri müxtəlif ölkələrdə turizm sektorunun risklərini azaltmaqla yanaşı, rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə də birbaşa təsir göstərir. Təhlükəsizlik təminatı olan turizm məhsulları bazarda daha çox seçilir və uzunmüddətli perspektivdə dayanıqlı inkişafı təmin edir.

Azərbaycan turizm sənayesi son illərdə sürətlə inkişaf edir və ölkəmizə gələn turistlərin sayı əhəmiyyətli artım göstərir. Məsələn, 2024-cü ildə Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayı 2 626 838 nəfərə çataraq əvvəlki ilə nisbətən 26 % artıb. Bu da ölkəmizin turizm baxımından cəlbediciliyini və bazar rəqabətini gücləndirir. Artan turist axını turizm şirkətlərinin daha çox xidmət paketi təklif etməsinə səbəb olur və bu paketlərə sığorta xidmətlərinin daxil edilməsi rəqabət üstünlükləri yaradır. Səyahət sığortası turistlər üçün təhlükəsizlik hissini artırır və gözlənilməz hadisələr zamanı maliyyə itkilərini minimuma endirir. Məsələn, 2025-ci ilin əvvəlində Azərbaycana 189 ölkədən 2 364 000-ə yaxın turist gəlib ki, bu da ölkə turizminin davamlı artımını göstərir [1].

Turizm şirkətlərinin gəlirlərində də əhəmiyyətli artımlar müşahidə olunub. 2024-cü ildə Azərbaycan turagentlərinin və turoperatorların gəlirləri 166,392,3 min manat

təşkil edərək əvvəlki ilə nisbətən iki dəfədən çox artıb ki, bu da turizm bazarındakı rəqabətin və xidmət çeşidinin genişlənməsini göstərir. Turizm şirkətləri sığorta xidmətlərini öz proqramlarına daxil etməklə risklərlə bağlı itkilərin qarşısını alır və xidmət keyfiyyətini yüksəldirlər [1]. Məsələn, Azərbaycana xaricdən gələn turistlərin sayının artdığı bir dövrdə səyahət sığortası xidmətlərini təklif edən turizm agentlikləri bazarda daha çox seçilir və öz müştəri portfelinə genişləndirir. Bu isə rəqabət qabiliyyətini artıran mühüm faktorlardan biridir. Həmçinin sığorta xidmətləri daxili turistlər üçün də əhəmiyyətlidir. Koronavirus pandemiyası dövründə ölkə daxilində turizm aktivlik azalmışdı, lakin sığorta təminatı olan turizm paketləri turistlərin səfər qərarlarını sürətlə bərpa etməyə kömək etdi. Belə sığorta mexanizmləri yalnız xarici turistləri deyil, həm də yerli səfərləri təşviq edərək turizm bazarının dayanıqlığını gücləndirir [1].

Sığorta xidmətlərinin mövcudluğu turizm destinasiyalarının və turizm şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətinə birbaşa və ölçülə bilən təsir göstərir. Son illərdə aparılmış beynəlxalq tədqiqatlara əsasən, turistlərin təxminən 70 faizi səfər zamanı sığorta təminatının olmasını vacib amil kimi qiymətləndirir

və təhlükəsizlik zəmanəti olan istiqamətləri daha çox seçir. Bu göstərici onu göstərir ki, müasir turizm bazarında təhlükəsizlik artıq əlavə üstünlük deyil, əsas seçim meyarlarından birinə çevrilmişdir. Xüsusilə pandemiyadan sonra turistlərin risklərə həssaslığı artmış və tibbi və səfər ləğvi sığortasına tələbat yüksəlmişdir. Məsələn, 2022–2024-cü illər ərzində beynəlxalq səyahət sığortası satışlarında təxminən 35–40 faizlik artım qeydə alınmışdır ki, bu da turist davranışında struktur dəyişikliklərin baş verdiyini göstərir. Statistik məlumatlara görə, səyahət sığortası olan turistlərin 80–85 faizi səfər zamanı özünü daha təhlükəsiz hiss etdiyini bildirir. Bu psixoloji təhlükəsizlik amili turizm məhsullarının cəlbediciliyini artırır və müştəri məmnuniyyətini yüksəldir. Sığorta təminatı olan turizm paketlərini seçən müştərilərin məmnunluq səviyyəsi orta hesabla 15–20 faiz daha yüksək olur. Bu isə turizm şirkətləri üçün təkrar satış imkanlarının artması və müştəri loyallığının formalaşması deməkdir.

Sığorta xidmətləri turizm müəssisələrinin maliyyə dayanıqlığını gücləndirir. Beynəlxalq qiymətləndirmələr göstərir ki, risk sığortası olan turizm şirkətlərində gözlənilməz hadisələr zamanı maliyyə itkiləri 30–50 faizədək azalır. Bu, xüsusilə fəvqəladə hallar, uçuş ləğvləri, təbii fəlakətlər və ya tibbi hadisələr zamanı daha aydın görünür. Nəticədə, sığorta mexanizmləri şirkətlərin iflas riskini azaldır və onların bazarda mövqeyini qoruyur. Turizm sığortası bazarının inkişafı innovativ texnologiyaların tətbiqi ilə də müşayiət olunur. Rəqəmsal sığorta platformalarının tətbiqi nəticəsində onlayn sığorta alışıları son illərdə təxminən 45 faiz artmışdır. Mobil tətbiqlər və real vaxt rejimində kompensasiya mexanizmləri turistlər üçün prosesi daha şəffaf və sürətli edir. Bu da xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsinə və rəqabətin güclənməsinə səbəb olur [3].

Qlobal turizm sığortası bazarının həcmi 2024-cü ildə təxminən 38–40 milyard ABŞ dolları səviyyəsində qiymətləndirilmiş və növbəti illərdə orta illik 8–10 faiz artım proqnozlaşdırılmışdır. Bu artım həm fərdi sığorta paketlərinin çoxalması, həm də ekstremal, tibbi və biznes turizmi kimi spesifik

sahələr üzrə xüsusi sığorta məhsullarının yaranması ilə bağlıdır.

Sığorta xidmətləri yalnız risklərin kompensasiyası vasitəsi deyil, həm də turizm sektorunda rəqabət üstünlüyü yaradan strateji alətdir. Təhlükəsizlik təminatı turistlərin seçim davranışına birbaşa təsir edir, müştəri məmnuniyyətini artırır, xidmət keyfiyyətini yüksəldir və nəticədə turizm destinasiyalarının beynəlxalq bazarda mövqeyini gücləndirir [9].

Turizm sığortası bazarının inkişafı yalnız ənənəvi təminat mexanizmlərinin genişlənməsi ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda innovativ texnologiyaların tətbiqi və fərdiləşdirilmiş məhsulların yaradılması ilə xarakterizə olunur. Rəqəmsallaşma prosesi sığorta xidmətlərini daha əlçatan, operativ və şəffaf etmişdir. Məsələn, onlayn platformalar və mobil tətbiqlər vasitəsilə turistlər bir neçə dəqiqə ərzində sığorta paketi əldə edə, risk əhatəsini seçə və kompensasiya müraciətlərini elektron qaydada təqdim edə bilirlər. Bu, xidmət sürətini artırmaqla yanaşı, inzibati xərcləri azaldır və şirkətlərin əməliyyat effektivliyini yüksəldir [5].

Son illərdə “insurtech” texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində fərdi risk qiymətləndirmə modelləri formalaşmışdır. Süni intellekt və böyük verilənlərin (big data) analizi əsasında turistin səfər istiqaməti, müddəti, fəaliyyət növü və sağlamlıq göstəriciləri nəzərə alınaraq fərdi sığorta paketləri hazırlanır. Bu yanaşma universal paketlərdən fərqli olaraq daha dəqiq risk hesablamasına imkan verir və müştərinin real ehtiyaclarına uyğun məhsul təklif edir. Nəticədə, həm turist məmnuniyyəti artır, həm də sığorta şirkətləri riskləri daha effektiv idarə edə bilir.

Fərdi və tematik sığorta məhsullarının yaradılması turizm sektorunda xidmətlərin diversifikasiyasını gücləndirir. Məsələn, ekstremal turizm, dağ yürüşləri, xizək idmanı, sualtı dalış, tibbi turizm və ya biznes səfərləri üçün xüsusi sığorta paketləri formalaşdırılır. Bu cür ixtisaslaşmış məhsullar turizm şirkətlərinə konkret hədəf auditoriyaya yönəlmiş xidmət təklif etməyə imkan verir. Statistik məlumatlara görə, xüsusi risk kateqoriyaları üzrə sığorta məhsullarına tələbat son illərdə 40–50 faiz artmışdır ki, bu da bazarın struktur baxımından genişləndiyini göstərir. Rəqəmsal inteqrasiya turizm və

sığorta sektorları arasında əməkdaşlığı gücləndirmişdir. Bir çox turizm platformalarında (aviabiletlərin və hotel rezervasiyalarının onlayn satışı zamanı) sığorta xidməti avtomatik seçim kimi təqdim olunur. Bu model “embedded insurance” adlanır və istifadəçi təcrübəsini sadələşdirir. Belə inteqrasiya nəticəsində sığorta satışlarının əhəmiyyətli hissəsi birbaşa turizm xidmətlərinin alınması prosesində həyata keçirilir. Bu isə həm satış həcmi artırır, həm də turizm şirkətlərinə əlavə gəlir mənbəyi yaradır [11].

Bazarın genişlənməsi və xidmətlərin texnoloji əsasda yenilənməsi rəqabəti daha da gücləndirir. Sığorta təminatı olan turizm paketləri müştərilər üçün daha cəlbedici görünür və şirkətlər arasında fərqləndirici amilə çevrilir. Rəqabət mühitində üstünlük qazanmaq istəyən turizm müəssisələri sığorta təminatını artıq əlavə xidmət deyil, əsas məhsul komponenti kimi təqdim edirlər. Bu isə ümumilikdə turizm sektorunda keyfiyyət standartlarının yüksəlməsinə, risklərin daha sistemli idarə olunmasına və bazarın davamlı genişlənməsinə şərait yaradır [10].

Turizm sığortası bazarının innovativ inkişafı bir çox ölkələrin təcrübəsində açıq şəkildə müşahidə olunur və bu nümunələr göstərir ki, texnologiya və fərdiləşdirilmiş sığorta modelləri turizm sektorunda rəqabət mühitini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişmişdir. Məsələn, Almaniya sığortası bazarı yüksək rəqəmsallaşma səviyyəsi ilə seçilir. Alman sığorta şirkətləri onlayn platformalar vasitəsilə real vaxt rejimində risk qiymətləndirməsi aparır və turistin səfər

istiqamətinə uyğun avtomatik sığorta təklifləri təqdim edir. Bu model nəticəsində onlayn sığorta satışlarının payı son illərdə 50 faizdən çox artmışdır. Rəqəmsal xidmətlərin geniş tətbiqi alman turizm şirkətlərinə Avropa bazarında rəqabət üstünlüyü qazandırmışdır [6].

ABŞ-da “embedded insurance” modeli geniş yayılmışdır. Məsələn, aviabilet və ya hotel rezervasiyası zamanı sistem avtomatik olaraq səyahət sığortası seçimini təklif edir. Bu inteqrasiya edilmiş model nəticəsində sığorta satışlarının əhəmiyyətli hissəsi birbaşa turizm xidmətinin alınması mərhələsində həyata keçirilir. ABŞ bazarında səyahət sığortası sektorunun həcmi 20 milyard dollardan çox qiymətləndirilir və hər il artım dinamikası göstərir. Bu, sığorta xidmətlərinin turizm biznesinin ayrılmaz hissəsinə çevrildiyini göstərir.

Sinqapur isə innovativ “insurtech” həlləri ilə fərqlənir. Burada süni intellekt və böyük verilənlər əsasında fərdi sığorta paketləri hazırlanır. Turistin səfər müddəti, aktivlik növü və sağlamlıq göstəriciləri nəzərə alınaraq fərdiləşdirilmiş tarif formalaşdırılır. Bu yanaşma həm risklərin daha dəqiq qiymətləndirilməsinə, həm də müştəri məmnuniyyətinin artmasına səbəb olur.

Türkiyədə turizm və sığorta sektorları arasında inteqrasiya xüsusilə tibbi turizm sahəsində geniş yayılmışdır. Xarici pasiyentlər üçün tibbi müdaxilə paketlərinə avtomatik olaraq tibbi sığorta daxil edilir. Bu, Türkiyənin tibbi turizm üzrə beynəlxalq bazarda rəqabət mövqeyini gücləndirmiş və ölkəyə gələn tibbi turistlərin sayının artmasına töhfə vermişdir [8].

**Cədvəl 2.** Turizm sığortası bazarının innovativ inkişafı.

Ölkə	Tətbiq olunan model	Rəqabətə təsiri
Almaniya	Onlayn səyahət sığortası platformaları	Rəqəmsal üstünlük və bazar payının artımı
ABŞ	Embedded insurance (inteqrasiya olunmuş sığorta)	Xidmət rahatlığı və yüksək müştəri cəlbi
Sinqapur	Insurtech və AI əsaslı modellər	Risklərin daha effektiv idarə olunması
Türkiyə	Tibbi turizm sığortası	Tibbi turizmdə beynəlxalq rəqabət üstünlüyü
BƏƏ	Məcburi tibbi sığorta	Turist etimadının və brend dəyərinin artması
Yaponiya	Ekstremal turizm sığortası	İxtisaslaşmış turizmdə dayanıqlı inkişaf

**Mənbə:** Müəllifin tərtibi.

Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində isə bəzi turizm vizalarının verilməsi üçün tibbi sığorta məcburi şərt kimi tətbiq olunur. Bu model həm

turistlərin təhlükəsizliyini təmin edir, həm də ölkənin turizm brendinin “təhlükəsiz destinasiya” kimi formalaşmasına xidmət edir.

Nəticədə, Dubay və digər turizm mərkəzləri beynəlxalq bazarda yüksək rəqabət qabiliyyəti nümayiş etdirir.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən turizm agentliklərinin əksəriyyəti artıq səyahət paketlərinə sığorta xidmətlərini daxil edir. Məsələn, xaricə təşkil olunan tur paketlərində tibbi sığorta və səfər ləğvi sığortası standart xidmət komponentinə çevrilmişdir. Bu model müştəri etimadını artırır və şirkətlər arasında rəqabəti gücləndirir. Turizm şirkətləri arasında aparılan müşahidələr göstərir ki, sığorta təminatı olan paketlər daha çox seçilir və satış dinamikası daha yüksək olur. Ölkədə rəqəmsal sığorta xidmətlərinin tətbiqi genişlənir. Bir sıra yerli sığorta şirkətləri onlayn platformalar vasitəsilə səyahət sığortasının alınmasını mümkün etmişdir. Elektron hökumət və rəqəmsal ödəniş sistemlərinin inkişafı nəticəsində sığorta xidmətlərinin əldə edilməsi daha sürətli və əlçatan olmuşdur. Bu isə turizm və sığorta sektorları arasında inteqrasiyanı gücləndirir və xidmət keyfiyyətini artırır.

Azərbaycanda xüsusilə dağ turizmi, xizək turizmi (məsələn, Şahdağ və Tufandağ turizm kompleksləri) və ekoturizm istiqamətlərində risk sığortasının əhəmiyyəti artır. Bu ərazilərdə fəaliyyət göstərən turizm subyektləri üçün məsuliyyət və qəza sığortası xidmətlərinin tətbiqi həm turistlərin təhlükəsizliyini təmin edir, həm də müəssisələrin maliyyə risklərini azaldır.

Bu ölkə təcrübələri göstərir ki, innovativ texnologiyaların tətbiqi, fərdi sığorta paketlərinin hazırlanması və turizm xidmətlərinə inteqrasiya olunmuş sığorta modelləri turizm biznesində xidmətlərin diversifikasiyasını gücləndirir. Bu proses bazarın genişlənməsinə, müştəri etimadının artmasına və ölkələrin beynəlxalq turizm rəqabətində daha möhkəm mövqə tutmasına imkan yaradır. Beləliklə, turizm sığortası müasir şəraitdə yalnız risk kompensasiyası mexanizmi deyil, həm də strateji rəqabət alətidir.

### **Nəticə**

Sığorta sisteminin inkişafı turist məmnuniyyətinin artmasına birbaşa təsir göstərir, çünki təhlükəsizlik təminatı olan xidmətlər daha etibarlı və keyfiyyətli qəbul edilir. Turist özünü qorunmuş hiss etdikdə

səfər qərarı verməkdə daha inamlı olur və bu, turizm axınının sabitliyini təmin edir. Eyni zamanda, turizm müəssisələri üçün sığorta mexanizmləri gözlənilməz xərclərin və hüquqi risklərin azaldılmasına imkan yaradır ki, bu da onların maliyyə dayanıqlığını gücləndirir və uzunmüddətli fəaliyyətini təmin edir.

Bundan əlavə, sığorta xidmətlərinin inkişafı turizm sektorunda innovasiyaların tətbiqini və xidmətlərin diversifikasiyasını stimullaşdırır. Fərdi və tematik sığorta paketlərinin yaradılması, rəqəmsal platformaların tətbiqi və sektorlararası inteqrasiya turizm bazarında sağlam rəqabət mühiti formalaşdırır. Bu proses ölkələrin beynəlxalq turizm bazarında mövqeyinin möhkəmlənməsinə, investisiya cəlb ediliyinin artmasına və turizm brendinin güclənməsinə səbəb olur.

Beləliklə, turizm sahəsində sığorta xidmətləri təhlükəsizlik, dayanıqlılıq və rəqabət üstünlüyü arasında strateji əlaqə yaradır. Sığorta sisteminin davamlı inkişafı turizm sektorunun uzunmüddətli iqtisadi sabitliyinə, beynəlxalq imicinin möhkəmlənməsinə və qlobal bazarda dayanıqlı rəqabət qabiliyyətinin təmin olunmasına mühüm töhfə verir.

### **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:**

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
2. Əliyeva G.E. Sığorta təşkilatlarının maliyyə resursları və onların artırılması yolları. Magistr dis. Bakı, 2015
3. Səmədov T. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində maliyyə resurslarının idarə olunması problemləri. Magistr dis. Bakı, 2015
4. İbrahimov E.R., Hüseynov M.C., Salahov E.A., Abbasova Y.Ə. Sığorta işi. Ali məktəb tələbələri üçün dərslik. Bakı, 2017, 297 s.
5. Arini D.G.D., Sudibya D.G., Sancaya I.W.W. Insurance as a form of tourism protection. In International conference on business law and local wisdom in tourism. Denpasar: Atlantis Press. 2018. Doi:10.2991/icblt-18.2018.9.
6. Bakalo N., Krekoten I., Makhovka V. Insurance in tourism. Economies'

- Horizons. 2023;1(23):59–69. Doi: 10.31499/2616-5236.1(23).2023.273358.
7. Choe Y., et al. Health-related risk perception after the outbreak of COVID-19: Implications for travel insurance and tourist decision making. PMC. 2022.
8. Diakonidze M. Tourism insurance market, risks and prospects. Journal of Corporate Governance, Insurance, and Risk Management, 2021;8(1): 75–83. Doi: 10.51410/jcgrim.8.1.5
9. Luna-Cortés G., Brady M. Measuring travel insurance literacy: Effect on trust in providers and intention to purchase. Journal of Travel Research, 2025;64(3): 683–695. Doi: 10.1177/00472875231220944
10. Chvertko L.A., Vinnytska O.A., Kornienko T.O. State and problems of development of tourist insurance in Ukraine. Actual Problems of the Development of the Economy of the Region, 2020;16(1): 58–67. Doi: 10.15330/apred.1.16.58-67.
11. Dadak O., Dorosh-Kizym M., Grabovsky R., Dudiak R. Insurance of tourist activity in Ukraine. Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Series Economical Sciences, 2019;21(92): 115–119. Doi:10.32718/nvlvet-e9219

**Sakina Abdurrahim HAJIYEVA**

i.e.d., associate professor, Azerbaijan University of Tourism and Management

**Fateh Sahib HUSEYNOV**

Master's student at Azerbaijan University of Tourism and Management

**IMPACT OF INSURANCE SERVICES ON COMPETITIVENESS IN TOURISM**

**Summary**

Insurance services in the tourism sector are of great importance in terms of ensuring the safety of tourists and reducing risks. Services such as travel insurance, medical insurance, baggage and liability insurance increase the quality of tourism products and strengthen the trust of tourists. This factor has a positive effect on increasing the competitiveness of tourism companies and destination countries. This article comprehensively analyzes the impact of insurance services on competitiveness in the tourism sector. The purpose of the study is to determine the role of insurance mechanisms in the tourism sector, to assess their impact on the sustainability, service quality and market position of tourism enterprises. The article justifies the transformation of services such as travel insurance, medical insurance, liability and risk insurance into an integral part of the tourism product and, as a result, an increase in the level of tourist satisfaction, trust and security. The scientific and practical significance of the study is that the level of development of insurance services creates conditions for tourism destinations to gain competitive advantage in the international market, effective risk management and sustainable development of the sector.

**Keywords:** tourism, insurance, competition, security.

**Сакина Абдурахим ХАДЖИЕВА**

т.е.д., доцент, Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента

**Фатех Сахиб ХУСЕЙНОВ**

Магистрант, Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента

**В ВЛИЯНИЕ СТРАХОВЫХ УСЛУГ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ТУРИЗМЕ**

### Резюме

Страховые услуги в туристическом секторе имеют большое значение с точки зрения обеспечения безопасности туристов и снижения рисков. Такие услуги, как страхование путешествий, медицинское страхование, страхование багажа и ответственности, повышают качество туристических продуктов и укрепляют доверие туристов. Этот фактор оказывает положительное влияние на повышение конкурентоспособности туристических компаний и стран назначения. В данной статье всесторонне анализируется влияние страховых услуг на конкурентоспособность в туристическом секторе. Цель исследования – определить роль страховых механизмов в туристическом секторе, оценить их влияние на устойчивость, качество услуг и рыночную позицию туристических предприятий. В статье обосновывается трансформация таких услуг, как страхование путешествий, медицинское страхование, страхование ответственности и рисков, в неотъемлемую часть туристического продукта и, как следствие, повышение уровня удовлетворенности, доверия и безопасности туристов. Научно-практическая значимость исследования заключается в том, что уровень развития страховых услуг создает условия для получения туристическими дестинациями конкурентного преимущества на международном рынке, эффективного управления рисками и устойчивого развития сектора.

**Ключевые слова:** туризм, страхование, конкуренция, безопасность.

**Daxil olub:** 03.03.2026