

# ИННОВАЦИОН СУҒУРТА МАҲСУЛОТЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11403925>

Адилова Гулнур Джурабаевна  
“Суғурта ва пенсия иши” кафедраси PhD,  
доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт  
университети

**Калим сўзлар:** суғурта бозори, суғурта маҳсулоти, E-полис, суғурта брокери, суғурта агенти, асисстанс, аджастер, сюрвейер, иҳтиёрий суғурта, суғурта мукофоти, суғурта қопламаси, суғурта хизмати.

Суғурта соҳаси мамлакат иқтисодиётининг ривожини билан узвий боғлиқлиги сабабли, ушбу соҳа мамлакатдаги умумиқтисодий ўзгаришларга жуда тез таъсирчан ҳисобланади. Маълумки, мамлакат молия секторининг, шу жумладан, суғурта соҳасининг ривожини мамлакатнинг умумиқтисодий ҳолатини билан чамбарчас боғланган.

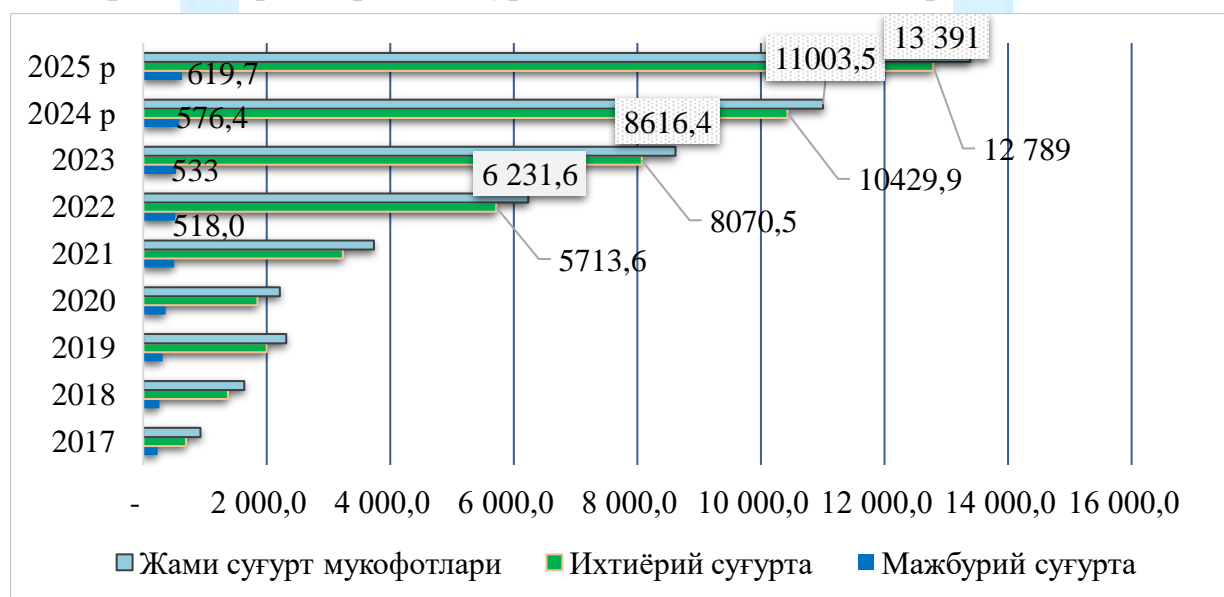
Шу билан бирга ислохотларнинг ҳозирги босқичида иқтисодиётнинг барқарор ўсишини таъминлаш, аҳоли ҳаётининг сифати ва даражасини оширишга йўналтирилган молиявий хизматларни фаол ривожлантириш, республикада суғурта бозорининг ролинини кучайтиришни ва суғурта воситаларини кенг қўллашни тақозо этмоқда.

Ҳар бир суғурта компанияси ўзи тақлиф этаётган хизматлар замирида жуда кўп маҳсулотлар ассортиментига эга бўлади. Суғурта эҳтиёжларининг барча турларини қондириш уларнинг миқдори ҳам салмоқли бўлишини талаб этади. Уларнинг ҳар бири муайян бозорга ёки унинг йирик сегментига йўналтирилган асосий маркетинг бирлиги ҳисобланади. Ҳар бир жамланма ўз дизайнига эга бўлиб, савдо маркаси ва суғурталовчининг номи билан жавоб беради. Эҳтимолдаги мижоз истеъмолчининг вакилига суғурта шартномасини тузиш масаласида мурожаат этган чоғида, унга мавжуд комплекс суғурта маҳсулотлари доирасида танлов имкониятини берадилар.

Суғурта соҳасидаги етакчи олимлардан Гомель ва Туленталар “суғурта маҳсулоти” ва “суғурта хизмати”ларини талқин қилишда маҳсулотга

маркетинг нуқтаи назаридан ёндашишади. Муаллифларнинг фикрича “суғурта маҳсулоти”, “суғурта хизмати” ва “суғурта товари”лари бир бирига иқтисодий яқин, аммо айти бир пайтда улар бир-биридан фарқ қилади ва улар ўртасида иерархик муносабатни аниқлаш мумкин бўлади. Бирламчи ва умумий тушунча бу “суғурта маҳсулоти”, яъни инсоннинг турли хил тасодифий ва эҳтимолий (одатда бахтсиз ҳодисалар) табиий ва ижтимоий ҳодисалар оқибатларидан иқтисодий ҳимоя қилишни таъминлаш натижаси сифатида намоён бўлади. Суғурта маҳсулоти суғурта ҳимояси ёки “суғурта хизматида” сифатида намоён бўлади. Агар “суғурта хизмати” сотилмаса ёки сотиб олинмаса, у “суғурта товари” бўлиши мумкин эмас, шунингдек, “суғурта товари” бўлиши мумкин, у суғурталовчилар томонидан сотиш учун ишлаб чиқарилган бўлиши ва мунтазам сотилиши керак бўлади. Шундай қилиб, замонавий суғурта маҳсулоти ва хизматларини аниқ тавсифловчи тушунча “суғурта товари” сифатида намоён бўлади. Шу жиҳатдан, суғурта маҳсулотининг тушунчаси суғурта хизматларининг тушунчасидан кенгрок бўлиб, хизматларнинг бошқа турларини ҳам ўз ичига олади.

Ўзбекистоннинг ҳозирги замон иқтисодиётида суғурта тизими стратегик аҳамият касб этмокда, бунинг боиси суғурта тизимининг давлат сиёсати даражасига кўтарилганлиги, суғурта бозорининг давлат бошқаруви идоралари (органлари) томонидан мамлакатнинг бозор инфратузилмасининг ажралмас қисмларидан бири сифатида кўриб чиқилаётганлигидадир. Мамлакатимизда



суғурта бозори ривожланишида суғурта хизматларининг рақобат бозорини янада такомиллаштирилиб, тармоқларни ривожлантириш янги иш ўринларини яратишга хизмат қилади, суғурта фаолиятини ривожлантириш усуларидан бири бўлган суғуртанинг мажбурий тартибда киритилиши, бир томондан соҳанинг асосий муаммоларидан бири бўлган аҳоли суғурта маданиятининг кўтарилишига хизмат қилса иккинчи томондан етказилган зарарнинг суғурта механизми орқали кафолатли қопланиши тизимини яратди, натижада жабрланувчиларга тўланадиган суғурта қопламаларининг ҳажми кескин ортди. Бу эса аҳолини ижтимоий ҳимоясининг янада мустахкамланишига хизмат қилади.

### **1-расм. Суғурта мукофотларнинг суғурта турлари бўйича ўзгариш динамикаси (млрд. сўмда)<sup>1</sup>**

1-расм маълумотларидан кўриш мумкинки, 2017-2019 йиллар мобайнида мажбурий ва ихтиёрий суғурта хизматларида ўсиш кузатилди, аммо 2020 йилда ихтиёрий суғурта ва жами суғурта мукофотлари ҳажми пасайиб борган. Бу Covid-19 таъсирида вужудга келган ҳамда нафақат суғурта, шу билан бирга иқтисодиётнинг бошқа секторларида ҳам кузатилган. Шунингдек, ўтказилган тадқиқотлар натижасида 2024-2025 йиллар учун суғурта турлари ва суғурта мукофотлари ҳажми бўйича прогноз кўрсаткичлар ишлаб чиқилган. Унга кўра, 2025 йилда мажбурий суғурта 619,7 миллиард сўмни, ихтиёрий суғурта 10429,9 миллиард сўмни ва жами суғурта мукофотлари 12789 миллиард сўмни ташкил этиши прогноз қилинган.

Бугунги кунда давлатимизда суғурта компаниялари барча суғурта турлари бўйича янги маҳсулотларни таклиф этмоқда, улар мамлакатимиз аҳолисини янги эҳтиёжларига жавоб бермоқда. Бу компаниялар аҳолининг молиявий саводхонлиги даражасининг ошишига кўмаклашадиган махсус тадбирларни ўтказмоқда.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси суғурта компаниялари маълумоти асосида муаллиф томонидан тузилган.

Суғурта компаниялари қонун доирасида инновацион лойиҳалардан самарали фойдаланган ҳолда хизмат кўрсатиш турларини кенгайтирса аҳолининг суғуртага бўлган ишончи янада ортади. Умуман олганда, давлатимиз томонидан яратилган иқтисодий ва ижтимоий инфратузилманинг асосий бўғинларидан бўлган суғурта фаолияти тизимини тубдан ислоҳ қилиш, ҳамда замон талабидан келиб чиққан ҳолда аҳолига янги интерактив суғурта хизматларини ишлаб чиқиб, хизмат кўрсатиши суғурталовчиларнинг энг муҳим вазифаларидан бири бўлиб ҳисобланмоқда.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

1. “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг 2021 йил 23 ноябрдаги ЎРҚ-730-сонли Қонуни.
2. “2022-2026 йилларга мо‘лжалланган Янги О‘збекистоннинг тараққиёт стратегияси то‘ғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли **Фармони**.
3. Абдурахмонов И., Абдураимова М., Абдуллаева Н. Суғурта назарияси ва амалиёти. Дарслик. –Т.: Иқтисод-молия, 2019. – 420 б.
4. Юлдашев О., Закирходжаева Ш. Ҳаёт суғуртаси. Ўқув қўлланма. –Т.: Иқтисод-молия, 2019. –384 б.
5. Туrowsкая М.С., Кожухина К.А., Шкварок В.М. Страхование: Учебное пособие. – СПб.: Университет при МПА ЕврАзЭС, 2021. – 201 с.
6. Van Winssen, K. P. M., van Kleef, R. C., & van de Ven, W. P. M. M. (2016). The demand for health insurance and behavioural economics. *The European Journal of Health Economics*, 17(6), 653-657. doi:10.1007/s10198- 016-0776-3
7. Müller H. *Der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit: Chancen und Risiken aus der Sicht eines Versicherungsaufsehers* / H. Müller. Karlsruhe: Verl. Versicherungswirtschaft, 2000.
8. <https://www.mf.uz>
9. <http://www.insur-info.ru>