



## СУҒУРТА МАҲСУЛОТЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ ВА ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

*PhD Имомов Умид Гайратжонович*

*Тошкент давлат иқтисодиёт университети*

*ORCID: 0009-0009-8427-3367*

*[imomov@gmail.com](mailto:imomov@gmail.com)*

**Аннотация.** Мақолада суғурта хизматлар бозорида компаниялар томонидан сотиладиган “суғурта маҳсулоти” ва кўрсатиладиган “суғурта хизмати” тушунчалари таҳлил қилинган. Бозорда мавжуд суғурта маҳсулотларининг классификацияси ва уларнинг турлари келтирилган, суғурта маҳсулотларини яратиш концепцияси ўрганилган.

**Калит сўзлар:** *риск, суғурта, суғурта бозори, суғурта компанияси, суғурта маҳсулоти, суғурта хизмати.*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ

*PhD Имомов Умид Гайратжонович*

*Ташкентский государственный экономический университет*

**Аннотация.** В статье анализируются понятия «страховой продукт» и «страховая услуга», предоставляемые компаниями на рынке страховых услуг. Представлена классификация страховых продуктов, доступных на рынке, и их виды, изучена концепция создания страховых продуктов.

**Ключевые слова:** *риск, страхование, страховой рынок, страховая компания, страховой продукт, страховая услуга.*

## THEORETICAL FOUNDATIONS AND FEATURES OF INSURANCE PRODUCTS DEVELOPMENT

*PhD Imomov Umid Gairatzhonovich*

*Tashkent State University of Economics*

**Abstract.** The article analyzes the concepts of “insurance product” and “insurance service” provided by companies in the insurance market. A classification of insurance products available on the market and their types is presented, and the concept of creating insurance products is studied.

**Key words:** *risk, insurance, insurance market, insurance company, insurance product, insurance service.*

### Кириш.

Иқтисодиётнинг кескин ривожланиши молиявий соҳаларни ҳам четлаб ўтгани йўқ. Бундай ижобий тенденциялар шароитида уларнинг ҳам трансформация жараёнлари жадаллик билан амалга оширилиб бормоқда. Бундай ўзгаришлар кўплаб салбий оқибатларни келтириб чиқариши ҳеч кимга сир эмас, айниқса ўтиш жараёнида уларни кўплаб кузатишимиз мумкин бўлади. Бундай шароитда кўплаб истеъмолчиларнинг суғурта ҳимоясига бўлган эҳтиёжини қондириш учун уларга мос суғурта хизматларини кўрсатиш ва суғурта маҳсулотларини сотиш муҳим аҳамият касб этади. Шунингдек, кўрсатиладиган хизматлар ва сотиладиган маҳсулотлар ўз навбатида суғурта компанияларининг даромадлари ошишига олиб келиши табиийдир. Шу сабабли мижозга йўналтирилган фаолият асосларини ташкил этиш муҳим саналади, бунинг амалга оширишда суғурта маҳсулотлари ва хизматлари катта аҳамиятга эгадир.

Юқоридагилардан келиб чиқиб ҳозирги кунда суғурта компаниялари олдида мижозларнинг барча эҳтиёжларини тўлиқ қамраб оладиган маҳсулотларни ишлаб чиқиш вазифаси ётибди. Аммо суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш биз ўйлаганчалик осон эмас, сабаби бунинг учун етарли малакага эга бўлган турли соҳа мутахассислари, тадқиқотлар олиб бориш ва унинг натижасида маҳсулотларни бозорга чиқариш учун катта миқдордаги молиявий ресурслар талаб этилиши ҳеч кимга сир эмас. Шундай шароитларда мижозларга самарали бўлган суғурта маҳсулотларини тақдим этиш ва сифатли хизмат кўрсатиши ҳар кундан кўра долзарб масалага айланиб бормоқда.

### Адабиётлар шарҳи.

Бир қатор муаллифлар Гомел ва Туленталар (2000) ўз изланишларида суғурта маҳсулоти ва суғурта хизматини талқин қилишда маҳсулот (маркетинг) ёндашувидан фойдаланишади. Уларнинг фикрича, “суғурта маҳсулоти”, “суғурта хизмати” ва “суғурта товари” бир-бирига яқин, лекин айна пайтда улар бир-биридан фарқ қилади ва улар ўртасида маълум бир иерархик муносабатни аниқлаш мумкин.

Бунда, бирламчи энг умумий тушунча бу “суғурта маҳсулоти” – яъни турли хил тасодифий ва эҳтимолий (кўпинча ноқулай) табиий ва ижтимоий ҳодисалар оқибатларидан иқтисодий ҳимояни таъминлаш учун инсон фаолияти натижасидир. Суғурта маҳсулоти суғурта ҳимояси ёки “суғурта хизматида” кўрсатилади. Агар суғурта маҳсулоти сотилмаса ёки сотиб олинмаса, суғурта хизмати бўлиши мумкин эмас; ва суғурта маҳсулоти бўлиши мумкин, агар у суғурта компаниялари томонидан сотиш учун ишлаб чиқарилган бўлса ва бу савдолар мунтазам бўлса. Шундай қилиб, замонавий суғурта маҳсулоти ва хизматини энг аниқ тавсифловчи бу “суғурта маҳсулоти” тушунчасидир.

Трофимова (2003) суғурта маҳсулоти – бу суғурта компанияси ўз мижозларининг эҳтиёжларини қондириш ва фойда олиш учун ишлаб чиқарадиган барча нарсалар, деб ҳисоблайди.

Зубецнинг (1998) фикрича, “суғурта маҳсулоти суғурта шартномасини тузишда суғурта қилдирувчига кўрсатиладиган асосий ва ёрдамчи хизматлар мажмуидир” деб таъкидлайди.

Кутьёнова (2007) фикрига кўра, суғурта маҳсулоти – бу бир ёки бир нечта суғурта қоидалари асосида ишлаб чиқилган суғурта шартномаси (суғурта полиси) ва маълум бир тоифадаги истеъмолчиларнинг бир ёки бир нечта суғурта эҳтиёжларини қондиришга мўлжалланган ва улар билан узвий боғлиқ бўлган суғурта ва қўшимча хизматлар, реклама-ахборот материаллари мажмуасидир. Суғурта маҳсулоти қуйидаги кўрсатилган хусусиятларга эга бўлиши керак:

- суғурталанган рискларнинг маълум бир тўплами;
- муайян суғурта шартлари;
- маълум бир нарх (тариф) ёки нархни (тарифни) белгилашнинг муайян услубияти;

- сотишнинг ўзига хос усули (канал).

Саввина (2015) ўз тадқиқотларида қуйидаги хулосаларга келади, яъни Россия ва хорижий амалиётларда “суғурта маҳсулоти”, “суғурта хизмати” ва “суғурта товари” атамалари бир хил маънони англатади. Шу сабабли бир хил иқтисодий ҳодисани тушунтириш учун уч хил атамалардан фойдаланиш ички бозорнинг суғурта сегменти фаолиятини мураккаблаштиради. Кўринишидан, “суғурта маҳсулоти” атамаси суғуртанинг иқтисодий натижасини тавсифлаш учун энг мантиқий ва камроқ мунозарали ҳисобланади.

Шундай қилиб, суғурта маҳсулоти объектлар, суғурта шартлари ва юзага келиши мумкин бўлган суғурта таваккалчилигининг бутун тўпламидир. Бу суғурта моҳиятининг расмий кўриниши бўлиб, янги суғурта маҳсулотларини ҳам, мавжудларининг модификацияларини ҳам, шунингдек, типик (стандарт) ва ўзига хос суғурта маҳсулотларини (суғурта вариантларини танлаш) бирлаштиради.

Шунингдек Абдурахмонов (2018-2024) ҳозирги иқтисодий шароитда суғурта соҳаси, унинг иқтисодиётдаги роли, иқтисодий ўзгаришлар натижасида суғуртада қўлланилаётган замонавий технологиялар, суғурта хизматлар бозорида сотилаётган замонавий суғурта маҳсулотлари, суғурта бозорини тартибга солиш усуллари, суғурта соҳасининг замон билан биргаликда юз бераётган трансформацияси, суғуртанинг ривожланиш векторларини кўрсатиб ўтган.

#### **Тадқиқот методологияси.**

Мақолада суғурта хизматлар бозорида суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва жорий этишнинг назарий асослари, бозорда сотилаётган “суғурта маҳсулоти”, “суғурта хизмати” тушунчаларининг назарий ва амалий асослари ўрганилган, бунда улар таққослаш ва таҳлил қилиш, мантиқий фикрлаш, илмий абстракция, индукция ва дедукция усулларида кенг фойдаланилган ҳолда таҳлил қилинган.

#### **Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.**

Мамлакатимизнинг барча соҳаларида бўлаётган ижобий ўзгаришлар, иқтисодиётнинг глобаллашув шароитида тармоқларнинг трансформация жараёнлари жадаллик билан ривожланиб бормоқда. Бундай ижобий тенденциялар молия соҳасини ҳам четлаб ўтмади, айниқса суғурта соҳасини. Охириги беш йил ичида суғурта хизматлар соҳасида туб ўзгаришлар содир бўлди. Бунга ҳукуматимиз томонидан амалга оширилаётган ислохотлар шароит яратиб бермоқда. Жумладан:

Биринчидан, суғурта хизматлари истеъмолчиларида суғурта маҳсулотлари учун шахсий талаб шаклланиб борди, бунинг натижасида оммавий суғурта маҳсулотларидан шахсийлаштирилган маҳсулотларга ўтилди. Бу ўринда суғуртанинг мажбурий турлари ҳам ижобий таъсир кўрсатди, яъни жамиятда суғуртага бўлган эҳтиёж ва ундан фойдаланиш кўникмалари шакллана борди.

Иккинчидан, суғурта хизмати истеъмолчилари нафақат суғурта маҳсулотларига, балки уларнинг хизмат кўрсатиш ҳамда уларни қўллаб-қувватлаш бўйича қўшимча хизматларга бўлган талабларни ҳам шакллана борди, бунда улар мултирискли маҳсулотларини талаб қилишмоқда. Бу ўз навбатида суғурта компаниялари ўртасида рақобат муҳитини шакллантиришга сабаб бўлди, бундай фаолият пировардида суғурта маҳсулотларининг сифати ҳам ошиб борди.

Учинчидан, рақамли иқтисодиёт шароитида янги молиявий технологияларнинг жорий этилиши суғурта маҳсулоти ва хизматларини тубдан ўзгаришига олиб келди.

Тўртинчидан, жамият ва иқтисодиёт тармоқларининг жадал рақамлашиши янги рискларни келтириб чиқарди, уларнинг самарали суғурта ҳимоясини таъминлаш мақсадида замонавий рақамли суғурта маҳсулотлари пайдо бўлиб бормоқда.

Юқоридаги эмпирик адабиётлар таҳлилидан шундай хулосалар қилиш мумкинки, суғурта маҳсулоти бу – ҳар бир мижознинг шахсий эҳтиёжларини қондиришда уларга суғурта ҳимоясини тақдим этиш, уларни ҳуқуқий қўллаб-қувватлаш мақсадида суғурта компанияси томонидан суғурта хизматини кўрсатишга қаратилган фаолиятни англатади (1-расм).



1-расм. Суғурта маҳсулотининг тузилиши<sup>34</sup>

Янги суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш зарурати бир қанча сабаблар ва омиллар мажмуаси таъсирида юз берадиган мураккаб жараёндр. Куйида уларнинг айримларини келтириб ўтамиз, жумладан:

Биринчидан, энг асосий сабаблардан бири бу миллий қонунчилик асосларининг ўзгариши. Бунда янги классларнинг пайдо бўлиши, мажбурий суғурта турларининг жорий этилиши ва бошқалар сабаб бўлиши мумкин.

Иккинчидан, соҳага янги илмий ишланмалар ва технологияларни жорий этилиши. Жамият ва иқтисодийнинг кенг ривожланиши янги рақамли ва информацион рискларни келтириб чиқарди. Улардан самарали ҳимояланиш ва салбий оқибатларини бартараф этишда суғурта ҳимоясини тақдим этиш.

Учинчидан, мамлакатларнинг ташқи ва ички сиёсатининг ўзгариши. Бунда давлатчилик тизимининг ривожланишида юз берадиган рискларни суғурталашга эҳтиёжнинг пайдо бўлиши билан характерланади, масалан: мажбурий тиббий суғурта, пенсия суғуртаси (ижтимоий рисклар), туризм билан боғлиқ рисклар ва бошқалар.

Тўртинчидан, суғурталанувчиларнинг (жамият ва давлат) янги эҳтиёжларининг пайдо бўлиши. Давлат ва жамият ҳаётидаги туб ўзгаришлар суғурта компанияларини уларнинг талабларини қондириш мақсадида янги маҳсулотларни ишлаб чиқаришларга ундайди.

Бешинчидан, янги маҳсулотни яратишга таъсир қилувчи бошқа сабаблар (пандемия, иқтисодий инқирозлар, рецессиялар ва бошқалар).

Юқоридагилардан келиб чиқиб суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш биринчи навбатда унинг жорий этиш сабаблари билан боғлиқдир. Бундай сабаб қонуний асосга таянадиган бўлса унда уларнинг асосий ташкил этувчиларини махсус ваколатли давлат органлари бош ташаббускор вазифасини ўтайди. Масалан, 2022 йил 21 февралдаги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Махсус электрон тизим орқали айрим фаолият турларини лицензиялаш тартиби тўғрисидаги ягона низомни тасдиқлаш ҳақида”ги 80-сонли Қарори асосида суғурта соҳасида суғурта маҳсулотларини кўпайтириш борасида янги даврни бошлаб берди. Мазкур қарор асосида миллий суғурта классификатори янги класслар билан тўлдирилди (1-жадвал). Бунинг натижасида мавжуд 21 класслар яна янги 4 та класслар билан тўлдирилди. Бу ҳам суғурта бозорида жорий этилган классларга мос суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва жорий этиш билан суғурта компаниялари томонидан тақдим этилаётган суғурта турларини кенгайтириш имконини яратиб берди.

<sup>34</sup> Адабиётлар таҳлили асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Бундай ўзгаришлар яқин келажакда ҳам кенг амалга жорий этиб келинади, сабаби мамлакатда юз бераётган иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий ўзгаришлар бунга туртки бўлади (Атом электро станцияларнинг жорий этиш бўйича истиқболли лойиҳалар, электромобилларни ишлаб чиқарадиган заводларнинг қўрилиши, қишлоқ хўжалигини ривожлантириш ва унда рискларни суғурталашнинг мажбурий турларини жорий этилиши, Ўзбекистоннинг Жаҳон савдо ташкилотига (ЖСТ) қўшилиши ва бошқалар).

## 1-жадвал

## Миллий суғурта классификатори

Ҳаётни суғурта қилиш соҳаси		Умумий суғурта соҳаси	
Класс тартиб рақами	Класснинг номи	Класс тартиб рақами	Класснинг номи
I класс	Ҳаёт ва аннуитетлар	1-класс	Бахтсиз ҳодисалардан эҳтиёт шарт суғурта қилиш
II класс	Никоҳ ва туғилиш	2-класс	Касалликдан эҳтиёт шарт суғурта қилиш
III класс	Ҳаётни узоқ муддатли суғурта қилиш	3-класс	Ер усти транспорт воситаларини суғурта қилиш
		4-класс	Ҳаракатланадиган темир йўл таркибини суғурта қилиш
IV класс	Соғлиқни суғурта қилиш	5-класс	Авиация суғуртаси
V класс	Мажбуриятларни таъминлаш учун ҳаётни суғурталаш	6-класс	Денгиз суғуртаси
		7-класс	Йўлдаги мол-мулкни суғурта қилиш
		8-класс	Мол-мулкни оловдан ва табиий офатлардан суғурта қилиш
VI класс	Узоқ муддатли ихтиёрий пенсия суғуртаси	9-класс	Мол-мулкни зарардан суғурта қилиш
		10-класс	Автофуқаролик жавобгарлигини суғурта қилиш
VII класс	Капитални қайтариш билан ҳаётни суғурталаш	11-класс	Авиация суғуртаси доирасидаги жавобгарликни суғурта қилиш
		12-класс	Денгиз суғуртаси доирасида жавобгарликни суғурта қилиш
		13-класс	Умумий фуқаролик жавобгарлигини суғурта қилиш
		14-класс	Кредитларни суғурта қилиш
		15-класс	Кафилликни (кафолатларни) суғурта қилиш
		16-класс	Бошқа молиявий таваккалчиликлардан суғурта қилиш
		17-класс	Ҳуқуқий ҳимоя қилиш билан боғлиқ харажатларни суғурта қилиш
		18-класс	Тиббий суғурта

Изоҳ: Суғурта таваккалчиликларининг ёки улар гуруҳларининг ва улар билан боғлиқ мажбуриятларнинг умумий хусусиятларига мувофиқ суғурта соҳалари суғурта турларига (классларига) бўлинади. Суғурта турлари (класслари) Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади. (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 21 февралдаги “Махсус электрон тизим орқали айрим фаолият турларини лицензиялаш тартиби тўғрисидаги ягона низомни тасдиқлаш ҳақида” 80-сонли Қарори, Махсус электрон тизим орқали айрим фаолият турларини лицензиялаш тартиби тўғрисидаги ягона [низомига](#) б-илова)

**Манба:** қонунчилик ҳужжатлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Суғурта маҳсулотларини замон талаб асосида яратиш ва бу маҳсулотларини истеъмолчиларга етказиш ҳамда бозорга киритиш машаққатли меҳнатни талаб қилади.

Биз биламизки, ҳар қандай машаққат ортида катта миқдордаги иқтисодий самара ётади, яъни суғурта маҳсулотларини яратиш катта миқдордаги молиявий ресурсларни талаб қилади. Бунда суғурта компаниялари нафақат ўз ходимларини сафарбар этиши балки бошқа мутахассисларни иштирок этишини талаб қилиб қўяди. Бундай юқори харажати иқтисодий ва молиявий ресурсларни бозордаги ҳар қандай суғурта компанияси амалга оширишга қодир эмас. Бундай ишларни одатда йирик салоҳиятга эга катта компаниялар амалга ошириб боришади. Қолган компаниялар эса яратилган суғурта маҳсулотларидан кўчирма олишади. Бундай амалиёт нафақат миллий суғурта бозоримизга, балки барча ривожланган бозорларга хос бўлган тенденциядир.

Шу ўринда, шуни таъкидлашимиз керакки, янги маҳсулот ишлаб чиқариш бу бир масала бўлса уни бозорда истеъмолчига етказиш эса бошқа масала. Бунда маркетинг назариясида мавжуд бўлган маҳсулотларни сотишда кенг тарқалган кўплаб усуллар мавжуд, маҳсулотни (мавжуд ва янги маҳсулот) мижозга тақдим этиш ва уни бозорга чиқариш 2-жадвалда келтирилган.

2-жадвал

**Турли маҳсулотларини бозорларда мижозлар аудиториясига тақдим этиш**

Вариант	Изоҳ
Соҳа учун янги маҳсулот	Бозорда рақобатчиларда бўлмаган янги маҳсулотни яратиш
Суғурта компанияси учун янги маҳсулот	Рақобатчида бўлган маҳсулотни яратиш
Бошқа бозордан олинган маҳсулот	Хорижий мамлакатлар бозорларидаги маҳсулотларнинг намуналарини ишлаб чиқиш
Маҳсулотнинг янги варианты	Туб ўзгаришларни амалга оширган ҳолда маҳсулот яратиш
Сайқалланган маҳсулот	Маҳсулотнинг ташқи кўринишини ўзгартириш орқали янги маҳсулот яратиш

**Манба:** адабиётлар таҳлили асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

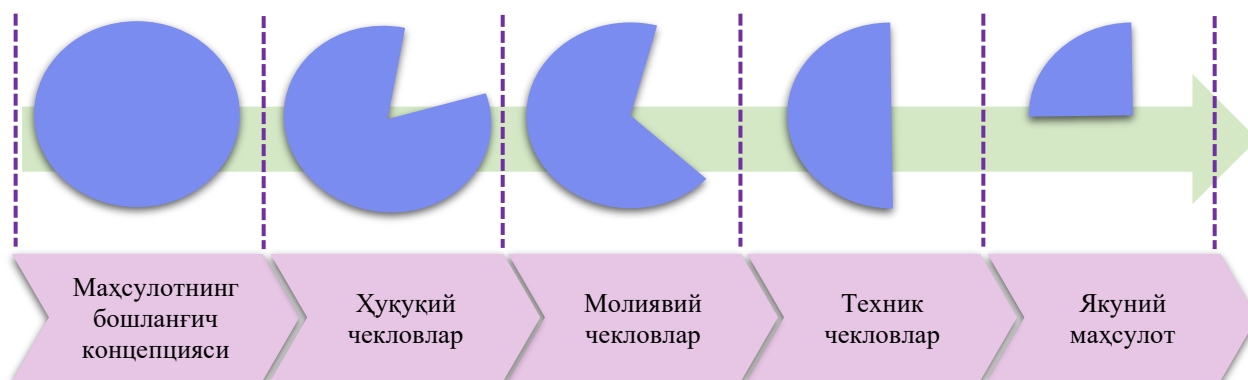
Суғурта соҳасида янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш жараёнларини умумлаштирган ҳолда қуйидаги босқичларга ажратиш мумкин бўлади, жумладан:

- 1-босқич: суғурта ҳимоясига бўлган эҳтиёжларни аниқлаш;
- 2-босқич: суғурта маҳсулоти концепциясини ишлаб чиқиш;
- 3-босқич: суғурта маҳсулотининг лойиҳасини ишлаб чиқиш;
- 4-босқич: суғурта маҳсулотини бозорда тест синовидан ўтказиш (сотишларни ташкил этиш);

5-босқич: Тест синов натижалари бўйича суғурта маҳсулотини таҳлил қилиш ва ривожлантириш.

Юқорида таъкидланганидек, миллий суғурта бозоримизда суғурта классификаторига мос равишда 25 та суғурта класслари мавжуд бўлиб 200 яқин суғурта туридан ташкил топган. Суғурта турлари 200 яқин бўлса ҳам лекин уларнинг ҳаммаси ҳам суғурта бозорида доимий равишда кўрсатиб келинмайди, улардан бор йўғи 70 тага яқини доимий равишда суғурта маҳсулоти истеъмолчиларига кўрсатиб келинади.

Янги суғурта маҳсулотини яратишда суғурта маҳсулотининг бошланғич лойиҳаси охиригга жараёнга боргунча, яъни тайёр ҳолга келгунча (бозорга чиққунча) бир неча технологик, ҳуқуқий, молиявий жараёнларни бошидан кечиради (2-расм).



## 2-расм. Суғурта маҳсулоти концепциясининг трансформацияси<sup>35</sup>

*Манба:* адабиётлар таҳлили асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Шуни ҳам ёдда тутишимиз керакки, суғурта маҳсулотининг самарадорлиги, унинг бозорга чиқишида қуйидаги омиллар муҳим аҳамият касб этади, яъни маҳсулотнинг рақобатбардошлиги, истеъмолчилар учун жозибадорлиги ва уни техник жиҳатдан амалга ошириш мумкинлиги.

Ташқи омиллар таъсири асосида суғурта маҳсулотларининг яратилиши одатда суғурта компаниялари учун сезиларли қийинчиликларни келтириб чиқармайди. Бундай суғурта маҳсулотлари давлат идоралари, ташкилот, муассасалар манфаатларини самарали ҳимоя қилишда уларнинг ўзлари томонидан ишлаб чиқарилади. Одатда бундай суғурта маҳсулотларини биз мажбурий ёки мажбурий давлат суғурта маҳсулотлари мисолида кўришимиз мумкин бўлади.

Суғурта компаниясининг ўз ташаббуси асосида яратиладиган суғурта маҳсулотлари (даромад олиш мақсадида ихтиёрий суғурта турлари) ишлаб чиқиш анчагина мураккаб жараёнларни келтириб чиқариши табиий ҳолатдир. Юқорида таъкидланганидек ҳамма суғурта компаниялари ҳам суғурта маҳсулотларини яратиш имкониятларига эга эмаслар, сабаби бу катта маблағлар ва меҳнат ресурсларини ҳамда маркетинг тадқиқотларини талаб қилади.

Ҳозирги кунгача суғурта маҳсулотлари истеъмолчиларига ўзлари учун суғурта маҳсулотларини яратиш имконияти мавжуд эмас. Бир киши учун алоҳида суғурта маҳсулотини тақдим этиш ҳалигача катта ресурсларни талаб қилади. Бундай ҳолатда суғурта компаниялари уларнинг эҳтиёжлари ва истакларини ҳисобга олишга ҳаракат қилган ҳолда суғурта маҳсулотларини тақдим этишган ҳаракат қилишмоқда.

Суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқишнинг бошланғич босқичларида истеъмолчиларнинг иштирокини максимал даражада таъминлаш муҳим ҳисобланади. Бунда уларга таклиф этилаётган суғурта маҳсулотларининг асоси бўлган рискларни мустақил танлашлари билан бир қаторда қўшимча хизматларни ҳам шакллантиришга ёрдам беришлари мумкин бўлади. Бу жараёнда биз буни конструкторлик фаолиятига тенглаштиришимиз мумкин бўлади, яъни “суғурта конструктори”га. Бундай ҳолатлар олдин ҳам таклиф этилган бўлиши мумкин, лекин у пайтдаги технологиялар бунга имкон бермаган, яъни бу жараёнларнинг технологик ечими бўлмаган. Албатта айрим суғурта маҳсулотларида мавжуд рисклар реестридан бир нечасини танлаш, айрим ҳолларда уларни суғурталанган рисклар рўйхатидан чиқариш, шунингдек, суғурта полиси (суғурта шартномасида) франшиза миқдорларини камайтириш ёки кучайтириш, ҳамда қўшимча

<sup>35</sup> Адабиётлар таҳлили асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

хизматларни қўшиш ёки камайтириш эвазига суғурта тарифига таъсир қилишлари мумкин бўлади.

Суғурта маҳсулотининг тарихий ривожланиш йўлини таҳлил қилар эканмиз, шуни гувоҳи бўлишимиз мумкинки суғурта маҳсулотлари фақат бир ҳодиса бўйича суғурта ҳимояси тақдим этиб борилгандир, яъни бунда юз бериши эҳтимоли юқори бўлган рисклардан бири танлангандир. Суғурта муносабатларида уларни “монориск”ли маҳсулотлар деб аташади. Суғурта муносабатларининг ривожланиши ва жамият олдида турган рискларни кенг қамровини таъминлаш мақсадида бир нечта рисклардан суғурта ҳимояси тақдим этила бошланди, бундай маҳсулотларни, яъни ўзида бир нечта рискларни қамраб олган суғурта маҳсулотларини “мултириск”ли маҳсулотлар деб аташ қабул қилинган.

Жамиятнинг кенг қўламдаги эҳтиёжларини қондириш мақсадида суғурта компаниялари суғурта маҳсулотларида нафақат рисклардан ҳимоя қилишини балки суғурта шартномаси доирасида қўшимча хизматларни ҳам тақлиф қила бошладилар. Ўзида нафақат суғурта rischi балки хизмат турларини ҳам қамраб олган суғурта маҳсулотларини биз “кўп хусусияти” маҳсулотлар деб атаймиз.

Суғурта хизматлар бозорида кучли рақобат шароитида мижозларни жалб қилиш ва уларни сақлаб қолиш мақсадида суғурта компаниялари ўзида бир нечта суғурта турлари бўйича рискларни бирлаштирган суғурта маҳсулотларини тақдим этиб келишади, бундай маҳсулотлар суғурта муносабатларида “кенг қамровли” (комплекс, пакетли) суғурта маҳсулотлари сифати юритилади.

Суғурталанувчиларнинг шахсий эҳтиёжлари кенг ривожлана боргани сари суғурта компанияларининг маълум маҳсулотлари уларни қондира олмай қолади. Бундай шароитларда суғурта компаниялари уларга ностандарт бўлган комбинациялашган маҳсулотларни тақлиф эта бошлайдилар. Бундай комбинациялашган суғурта маҳсулотлари муайян мижозлар гуруҳи учун ишлаб чиқилади ва суғурталаш қоидаларига бирлаштирилади.

Мавжуд суғурта маҳсулотлари қанчалик мураккаб бўлса уларнинг нархи ҳам шунчалик юқори бўлади. Қолаверса суғурта маҳсулотларида кўрсатилган ва ўзида бир нечта суғурта турларини қамраб олган маҳсулотлар бўйича бахтсиз ҳодисалар бир вақтнинг ўзида деярли юз бермайди. Шу сабабли улар бошқа суғурта турларига (мол-мулк, жавобгарлик, шахсий суғурта турлари) нисбатан анча қимматдир. Вақт ўтиши ва суғурта соҳасининг ривожланиши суғурта компаниялари томонидан мижозлар эҳтиёжини янада тўлақонли қондириш ва улар маблағларини тежаш мақсадида суғурта компаниялари доимий изланишларда ҳамда иқтисодиёт ва молия соҳасидаги тенденцияларни ҳисобга олган ҳолда ўз маҳсулотлари ва хизматларини такомиллаштириб боришда давом этадилар. Бундай ўзгаришлар охири оқибатда универсал суғурта маҳсулотларининг яратилишига сабаб бўлади. Бу ўз навбатида барча мавжуд суғурта маҳсулотларини ва хизматларини ягона “интеграциялашган суғурта маҳсулотини” яратишга олиб келади. Суғурта хизматлар бозорининг ўзига хос хусусиятини ҳисобга олган ҳолда пировардида суғурта компаниялари томонидан фақатгина икки маҳсулот тақлиф қилина бошланади, булар ҳаётни суғурта қилиш ва умумий суғурта маҳсулотлари ҳисобланади, сабаби юқорида таъкидланганидек, суғурта бозорининг икки соҳага ажралишидадир.

### **Хулоса ва тақлифлар.**

Жамият ва давлат эҳтиёжларининг доимий равишда ривожланиб бориши суғурта компанияларини улар эҳтиёжларига мос равишда суғурта маҳсулотларини тақдим этишни асосий ривожланиш омилига айлантириб боради. Бунда биринчи ўринга суғурта маҳсулоти эмас балки мижозга қаратилган хизмат кўрсатиш муносабатлари чиқа



бошлайди. Сабаби қанча кўп мижозларга суғурта маҳсулотлари тақдим этилса суғурта компаниялари шунча даромад олишади.

Шу ўринда суғурта компаниялари нафақат маҳсулотларининг жозибадорлигини, балки суғурта маҳсулотларининг истеъмолчилари бўлган суғурталанувчиларнинг молиявий имкониятларини ҳам ҳисобга олишлари зарур бўлади ва бундай фаолият компаниянинг молиявий барқарорлигини таъминлашнинг асосий йўналиши ҳисобланади.

Шундай қилиб, янги суғурта маҳсулотини яратиш ва жорий этиш техник жиҳатдан анча мураккаб жараён бўлиб, суғурта компанияси мутахассисларининг юқори малакасини ва катта миқдордаги молиявий ресурсларни талаб қилади. Шу сабабли миллий суғурта компаниялари ҳозир кунда тубдан янги суғурта маҳсулотларини яратишга интилмаяптилар. Шунингдек яратилаётган маҳсулотлар бу анча илгари бозорда мавжуд бўлган маҳсулотларнинг такомиллаштирилган вариантларидир. Шунингдек, суғурта компаниялари йирик истеъмолчиларни сақлаб қолиш мақсадида улар эҳтиёжларини қондира оладиган кобинациялашган маҳсулотларни таклиф қилиб келишмоқда.

### **Адабиётлар / Литература / Reference:**

*Abdurahmonov, I. (2020). Efficiency of organizing the activities of insurance intermediaries in the development of insurance sector. International Finance and Accounting, 2020(1), 5.*

*Abdurakhmonov PhD, I. (2020). Impact of insurance services on the development of real sector enterprises. International Finance and Accounting, 2020(6), 7.*

*Abdurakhmonov, I. (2020) "Prospects for applying new marketing technologies in the insurance industry," International Finance and Accounting: Vol. 2020: Iss. 4, Article 6. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss4/6>.*

*Abdurakhmonov, I. (2020) "Regulation of the insurance market and implementation of effective mechanisms of prudential control," International Finance and Accounting: Vol. 2020: Iss. 2, Article 10. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss2/10>*

*Abdurakhmonov, I. (2020). Methods and approaches to evaluating the insurance industry efficiency. International Finance and Accounting, 2020(3), 7.*

*Abduraxmonov, I. (2022). Sug'urta sohalarining shakllanish tendensiyalari. MOLIYA VA BANK ISHI, 8(3), 60-67.*

*Abduraxmonov, I., Abduraimova, M., & Abdullayeva, N. (2018). Sug 'urta nazariyasi va amaliyoti. O'quv qo'llanma. Toshkent. "IQTDISOD-MOLIYA.*

*Ilyas, A. (2018). Competition in the insurance market of Uzbekistan. Asian journal of management sciences & education, 7(2), 56-61.*

*Ilyas, A. (2018). Insurance market analysis methods: case-study from Uzbekistan. SAARJ Journal on Banking & Insurance Research, 7(1), 59-68.*

*Ilyos, A. (2019). Fair tariff policy in insurance: Theory and methods of calculation. SAARJ Journal on Banking & Insurance Research, 8(2), 20-27.*

*Khurshidovich, A. I. (2021). Issues of innovative development of insurance in Uzbekistan. International Journal of Management IT and Engineering, 11(7), 91-96.*

*Абдурахмонов И.Х. (2020) Ислом суғуртаси ёки такафулнинг назарий-иқтисодий асослари ва амалга ошириш моделлари таҳлили. "Moliya va bank ishi" илмий журнал. № 6 (2020). 80-87.*

*Абдурахмонов И.Х. (2020) Суғурта соҳасида маркетингнинг янги технологияларини қўллаш истиқболлари. "Халқаро молия ва ҳисоб" илмий журнали. №4, 1-10 б.*

*Абдурахмонов И.Х. (2022) Суғурта соҳасида рақамли технологияларни қўллаш истиқболлари. "Moliya va bank ishi" илмий журнал. №1, 95-99 б.*

*Абдурахмонов И.Х. (2022) Суғурта соҳасида янги рақобат кўринишлари: назарий асос ва иқтисодий таҳлил. "Moliya va bank ishi" илмий журнал. №2, 145-150 б.*

Абдурахмонов, И. (2020). Суғурта бозорини тартибга солиш ва пруденциал назоратнинг самарали механизмларини жорий этиш, “Халқаро молия ва ҳисоб” илмий электрон журнали, 2.

Абдурахмонов, И. (2022). Суғурта соҳасида рақамли технологияларни қўллаш истиқболари. MOLIYA VA BANK ISHI, 8(1), 95–99. Retrieved from <https://journal.bfa.uz/index.php/bfaj/article/view/82>.

Абдурахмонов, И. (2024). Суғурта бозори: замонавий ҳолат ва ривожланиш тенденциялари. Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, 2(4), 309-319.

Абдурахмонов, И. (2024). Суғурта соҳасини ривожлантириш истиқболлари. Nashrlar, 2(D), 12–15. <https://doi.org/10.60078/2024-vol2-issD-pp12-15>

Абдурахмонов, И. (2024). Такафул: назарий-иқтисодий асослар ва амалга ошириш механизмлари. Iqtisodiy Taraqqiyot Va Tahlil, 2(6), 298–307.

Абдурахмонов, И. Х. (2010). Ўзбекистон Республикасида жавобгарликни суғурталашнинг амалиётини такомиллаштириш. Автореф. дисс... и. ф. н, 26.

Абдурахмонов, И. Х. (2018). Суғурта назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. Т.: “Иқтисод-Молия” нашриёти, 23-24.

Абдурахмонов, И. Х. (2019). Теория и практика страхования. Учебник/–Т.: «Иқтисод молия, 353-354.

Абдурахмонов, И. Х. (2023). Ўзбекистон Республикасида суғурта тармоқларини ривожлантиришнинг концептуал асослари. Автореферат дисс... и. ф. д, 78.

Абдурахмонов, И.Х. (2024). Суғурта соҳасининг самарадорлигини баҳолаш. TADQIQOTLAR. UZ, 37(6), 161-167.

Гомелля, В.Б., Туленты Д.С. (2000) Страховой маркетинг: актуальные вопросы методологии, теории и практики / В.Б. Гомелля, Д.С. Туленты. – М.: 2000. – С. 21

Зубец А.Н. (1998) Страховой маркетинг. М.: Анкил. 256 с.

Кутьёнкова Т.А. (2007) Дифференциация продуктовых предложений в маркетинговой деятельности страховых компаний. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Москва. 23 стр.

Саввина Н.Е. (2015) Новый подход к понятию «страховой продукт». Финансы и кредит. №18 (642). 52-60 стр.

Трофимова М. (2003) Страховой продукт как центральный элемент страхового маркетинга / М. Трофимова // Страховой ревью. – 2003. – №11. – С. 16.