



РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА СУҒУРТА КОМПАНИЯЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ СТРАТЕГИЯЛАРИНИНГ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Турғунимирзаев Азмиддин Шамситдин ўғли

Тошкент Кимё халқаро университети

ORCID: 0009-0005-7736-3840

turgunimirzayev@mail.ru

Аннотация. Мазкур мақолада рақамли иқтисодиёт шaroитида суғурта компанияларини ривожланиши, уларнинг бизнес жараёнларининг ўзгариши, соҳага рақамли ва молиявий технологияларнинг жорий этилиши ва уларнинг компанияларга берадиган рақобатбардош устунликлари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: суғурта, суғурта компаниялари, рақамли ва молиявий технологиялар, суғурта маҳсулотлари, сотиш каналлари.

НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Турғунимирзаев Азмиддин Шамситдин угли

Ташкентский международный университет Кимё

Аннотация. В статье анализируется развитие страховых компаний в условиях цифровой экономики, изменения в их бизнес-процессах, внедрение цифровых и финансовых технологий в отрасль, а также конкурентные преимущества, которые они предоставляют компаниям.

Ключевые слова: страхование, страховые компании, цифровые и финансовые технологии, страховые продукты, каналы продаж.

DIRECTIONS OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF INSURANCE COMPANIES IN THE DIGITAL ECONOMY

Turgunimirzayev Azmiddin Shamsitdin ugli

Kimyo International University in Tashkent

Abstract. The article analyzes the development of insurance companies in the digital economy, changes in their business processes, the introduction of digital and financial technologies in the industry, as well as the competitive advantages they provide to companies.

Keywords: insurance, insurance companies, digital and financial technologies, insurance products, sales channels.

Кириш.

Молиявий бозорларнинг технологик ривожланиши ва глобал рақамли тенденцияларнинг жадал татбиқ этилиши суғурта соҳасига ҳам чуқур таъсир кўрсатиб, унинг рақамли трансформациясига сабаб бўлмоқда. Бу жараён суғурта бизнесининг барча соҳаларига, яъни ички жараёнларидан тортиб мижозлар билан ўзаро муносабатларга ҳам таъсир қилади. Сунъий интеллект, блокчейн, катта маълумотлар ва нарсалар интернет каби замонавий технологиялар рискларни самарали бошқариш, хизматлар сифатини яхшилаш ва операцион харажатларни камайтириш учун янги имкониятларни очиб бермоқда. Хусусан, катта маълумотлар таҳлилидан фойдаланиш суғурта компанияларига рискларни аниқроқ баҳолаш ва шахсийлаштирилган суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш имкониятларини тақдим этмоқда.

Бугунги кунда суғурта соҳасида рақобат тобора кучайиб бормоқда, чунки технологик стартаплар ва платформа компаниялари каби янги ўйинчилар мижозларга тезроқ ва арзонроқ эчимларни таклиф қилиш учун бозорга киришмоқда. Ушбу компаниялар кўпинча мослашувчан бизнес моделига эга ва инновацион ёндашувлардан фойдаланадилар, бу уларга ўзгаришларга тезда мослашиш ва кўпроқ мижозларни жалб қилиш имконини яратиб бермоқда. Шу билан бирга, ўз технологиялари ва операцион усуллари янгиламайдиган анъанавий суғурта компаниялари учун уларнинг рақобатбардошлигини йўқотиш рискларинини бир неча баробарга ошириб юборади.

Шу каби омилларни ҳисобга олган ҳолда, янги технологиялар интеграцияси ва глобал рақамли тенденцияларга мослашиш аллақачон суғурта компаниялари стратегиясининг ажралмас қисмига айланиб бормоқда ва уларнинг ушбу инновацияларни рад этиши келажақда уларга жиддий муаммоларни келтириб чиқариши мумкиндир, яъни буларга қўйидагиларни келтириб ўтишимиз мумкиндир, раатбардошликни йўқотиш, бозор улушини камайтириш, имижнинг пасайиши (йўқолиши) ва ҳатто кучайиб бораётган рақобат шароитида бизнесни сақлаб қолиш имкониятларининг йўқолиши.

Адабиётлар шарҳи.

Суғурта бозорини рақамлаштириш – бу суғурта жараёнларини такомиллаштириш ва мижозларга хизмат кўрсатишни яхшилаш учун ахборот тизимлари ва коммуникация технологияларидан фойдаланиш бўлиб, интернетлаштириш, индивидуаллаштириш ва рақамлаштириш жараёнларини ўз ичига олади (Сплетухов, 2020).

Козлова ва бошқалар (2017) фикрларига кўра, суғурта ташкилотларида бизнес-жараёнларни ўзгартириш технологик, молиявий, маркетинг жараёнлари ва суғурта хизматларини сотишнинг бевосита технологияларига тегишлидир. Ривожланаётган интернет муҳити нафақат суғурта хизматларининг ташқи қиёфасини ўзгартиради, балки уни ривожлантиради, интернет орқали сотиш ёки онлайн сотиш сегментини кенгайтиради, бу эса сотиш нархининг пасайиши, масофавий савдонинг ўсишига таъсир қилади.

Хабаров ва бошқаларнинг (2023) тадқиқотларига кўра, мавжуд ахборот тизимлари архитектурасига қўшимча равишда интеграциялашган ИТ-ечимларга асосланган суғурталовчининг такомиллаштирилган бизнес модели унга бозорнинг бошқа иштирокчилари билан стратегик рақобатлашиш имконини беради.

Кочумова ва бошқаларнинг (2024) таҳлилларига кўра, рақамли инқилоб компанияларнинг мижозлар билан ўзаро муносабатини ўзгартириб, маркетинг, ахборот ва технологиялар биргаликда ишлаши керак бўлган муҳитни яратди.

Шунингдек, тадқиқотчи Абдурахмонов (2018-2024) суғурта соҳасини рақамлаштириш, сотиш каналларини кенгайтириш, соҳани тартибга солиш, замонавий суғурта маҳсулотларини ишлаб чиқиш, инновацион суғурта маҳсулотларининг суғурта бозори ва соҳага ижобий таъсирлари бўйича тадқиқотлар олиб борган.

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида суғурта соҳасини ривожланинг асосий йўналишлари борасида хорижий ва маҳаллий олимларнинг ишлари ўрганилди ва таҳлил қилинди. Мақолада назарий мушоҳада, тизимли ёндашув, кузатиш, умумлаштириш, таҳлил, синтез каби усуллар самарали қўлланилди, шунингдек суғурта соҳасини ривожлантириш муаммолари ва уларнинг ечимлари борасида хулоса ва таклифлар шакллантирилган.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Ҳозирги кунда рақамлаштириш иқтисодиёт ва молия бозорларининг асосий мегатрендларидан бири бўлиб, турли соҳалар, жумладан, суғурта соҳасининг ривожига ҳам ижобий таъсир кўрсатмоқда. Бундай ҳолат суғурта бозорининг анъанавий кўриниши, тузилмаси ва бизнес юритиш ёндашувларида жиддий ўзгаришларга олиб келмоқда. Рақамлаштириш жараёни фақатгина суғурта маҳсулотларини сотиш тизимини онлайн шаклга ўтказишни англатмайди, гарчи бу ҳолат фаолият кўрсатишнинг муҳим қисми бўлса ҳам. Суғурта соҳасини рақамлаштириш суғурта компаниялари фаолиятининг турли жиҳатларига таъсир кўрсатадиган, улар фаолиятларининг барча босқичларини - маҳсулотни ишлаб чиқишдан тортиб мижозларга хизмат кўрсатиш ва рискларни бошқаришгача бўлган мураккаб жараёнларни қамраб олади.

Рақамлилаштириш, шунингдек, “талаб бўйича суғурта” каби янги бизнес моделлар шаклланишига олиб келади. Бунда мижозлар маълум вақтга ёки муайян ҳолатлардан келиб чиқиб, мобил илова орқали суғурта полисларини расмийлаштиришлари ва сотиб олишлари мумкин бўлади. Бу нафақат эгилувчанликни, мослашувчанлик ва қулайликни оширади, шунингдек, компания ва мижозлар учун қўшимча имкониятлар яратиб беради.

Шундай қилиб, суғурта соҳасида рақамлаштириш кўп қиррали жараён бўлиб, у нафақат сотиш (хизмат кўрсатиш) ва мижозлар билан ўзаро муносабатларга, балки компаниянинг ички жараёнларини ташкил этишга ҳам ижобий таъсир қилади, ҳамда инновацион маҳсулот ва хизматларни яратиш учун янги имкониятларни тақдим этади. Рақамли технологияларни ўз фаолиятига самарали интеграция қила оладиган суғурта компаниялари сезиларли рақобат устунлигига эга бўлади, бу глобал тенденцияларга ва ўзгаришларга мослаша олмаган компаниялар ўз-ўзидан йўқ бўлиб кетишади.

Компанияни рақамли иқтисодиётга муваффақиятли интеграция қилиш ва келажакда ўзгарувчан суғурта бозорига мослашиш учун суғурта компанияси ўз фаолиятининг бир қатор асосий йўналишларини такомиллаштиришга эътибор қаратиши керак, жумладан:

1) Мижозга қаратилган эътибор. Ушбу концепция ижтимоий-ахлоқий маркетингнинг асоси бўлиб, суғурта компаниялари учун асосий устуворлик мижозлар эҳтиёжини қондириш бўлиши кераклигини кўрсатади. Мижозларга йўналтирилган маркетинг ёндашуви янада сифатли хизматлар ва маҳсулотларни тақдим этишга олиб келади, шу билан бирга вақт мижозларнинг содиқлигини ошириш орқали уларнинг қиймати ошиб боради.

2) Ахборот алмашиш. Маҳсулотларни яхшилаш ва хизматлар кўламини кенгайтириш учун суғурта компаниялари мижозларнинг фикр-мулоҳазаларини фаол равишда инобатга олиб боришлари керак бўлади. Ушбу мақсадга эришишнинг самарали усулларида бири мижозлар билан қулай алоқа алмашиш тизими ва фикр-мулоҳазаларни йиғиш учун онлайн канални жорий этишдир. Шикоятлар, тавсияларни мунтазам равишда ўрганиш ва ўз вақтида қабул қилиш ҳамда ҳар бир мурожаатга индивидуал ёндашиш суғурта компаниясининг обрўсини сезиларли даражада

оширишига, ҳамда хизматлар ва маҳсулотларининг ишончилигини ошириб боришга хизмат қилади.

3) Мижозларнинг янги эҳтиёжларини ҳисобга олиш ва уларга жавоб бериш. Бу жиҳат суғурта компанияларини суғурта бозоридаги замонавий иқтисодий, технологик тенденциялар ва жамиятда юз бераётган ўзгаришларни диққат билан кузатиб боришини назарда тутди. Суғурта компаниялари инновацион маркетингни жорий этишлари ва янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш орқали бозордаги улушларини оширишлари учун доимий мониторинг олиб боришлари ва жамият (давлат ва аҳоли) эҳтиёжларидаги ўзгаришларни тезкор аниқлашлари зарур бўлади. Бундай ёндашувнинг асосий мақсади рақобатчилардан бир қадам олдинда бўлиш, суғурта соҳасида янги эҳтиёжларни тезкор аниқлаш ва самарали қондиришга қаратилгандир.

4) Ахборот ва статистик маълумотларни таҳлил қилишда инновацион ёндашув. Бу жиҳат, айниқса, суғурта жараёнидаги рискларни андеррайтингида ва суғурта тарифларини ҳисоблаш жараёнида муҳим аҳамиятга эга. Янги суғурта маҳсулотлари ишлаб чиқиладиганда ва аниқ ҳисоб-китоблар учун маълумотлар етарли бўлмаганда замонавий технологиялар ҳамда таҳлилий усуллардан фойдаланиш зарурати пайдо бўлади. Бироқ, ҳисоб-китоблар ва таҳлилларнинг аниқлиги ва самарадорлигини ошириш учун стандарт маҳсулотларнинг андеррайтинг жараёнига замонавий воситаларни қўллашни ҳам киритилиши мумкин бўлади.

5) Суғурта жараёнларини автоматлаштириш. Бу суғурта соҳаси ривожланишининг тадрижий муқаррар босқичи бўлиб, у суғурта тизимидаги барча жараёнларни – маҳсулот яратишдан (хизмат кўрсатишдан) тортиб, уни илгари суриш ва якуний истеъмолчиларга сотишгача бўлган жараёнларни ўз ичига олади. Суғуртани рақамлаштириш бу соҳада инсон ресурсларини сезиларли даражада бўшатишга ва энг муҳими, транзакцияларни қайта ишлашга сарфланадиган вақтни қисқартириш ҳамда жараёнларни рақамлаштириш ҳисобига суғурта маҳсулоти таннархини пасайтиришга олиб келади.

6) “Ҳаммаси бирда” (all-in-one) тенденцияси. Бу халқаро рақамли глобаллашувдан келиб чиқадиган яна бир муҳим трендир. Ушбу тенденциянинг амалга оширилиши турли компанияларнинг суғурта хизматларини тақдим этадиган онлайн агрегаторлар ва маркетингларнинг пайдо бўлиши билан боғлиқ бўлиб, мижозларга бир жойнинг ўзида мос маҳсулотни танлаш ва сотиб олиш имконини беради.

7) Ҳамкорлик ва шериклик тенденцияси. Замонавий иқтисодиётдаги бу тенденция шундан иборатки, рақамли иқтисодиётда сезиларли натижаларга эришиш, бозорни кенгайтириш, маҳсулот сифатини яхшилаш ва мижозларга хизмат кўрсатиш қўламини оширишда турли соҳалардаги компаниялар билан ҳамкорлик қилиш самарали бўлади. Суғурта компаниялари янги, ўзаро манфаатли ва ноёб таклифларни ишлаб чиқиш учун банклар, лизинг компаниялари, автосалонлар, йирик ритейлерлар ва бозорнинг бошқа иштирокчилари билан фаолроқ ҳамкорлик қилишлари керак бўлади.

Бироқ, соҳа ривожланишининг янги тенденцияларига қарамай, суғурта компанияси ўз маҳсулотларини сотишнинг анъанавий каналлари ҳақида ҳам, шунингдек, сўнгги йилларда суғурта компаниялари рақобатбардошлигининг асосий омилларидан бири бўлган “суғурта хизматлари сифати” каби жиҳатнинг муҳимлигини ҳам унутмаслиги керак бўлади.

Суғурта хизматлари сифатига қўйиладиган талаблар суғурталанган шахснинг хоҳиш-истаклари ва эҳтиёжлари, ижтимоий обрў-эътиборга интилиши, хизматларни истеъмол қилишда уларга бериладиган устуворликлар, ижтимоий-маданий ва эстетик ғоялари, шунингдек, ижтимоий тақлид қилиш истаги каби бир қатор омиллар таъсирида шаклланади. Ушбу талаблар суғурта хизматларини истеъмол қилишда кенг қўламли тартибга солиш жиҳатларини белгилайди, бу бозор муносабатлари ривожланиши билан кенгайишда давом этади. Компания суғурта хизматлари сифатини

оширишдан ташқари, анъанавий сотиш каналларига ҳам эътибор қаратиши керак. Ушбу каналларнинг энг муҳими суғурта агентларидир, улар суғурта компанияси номидан ва унинг топшириғига биноан берилган ваколатлар доирасида ҳаракат қиладиган жисмоний ёки юридик шахслардир.

Суғурта агенти суғурта компанияси савдо тармоғининг асосий таркибий қисмларидан бири бўлиб, чакана савдони ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди.

Самарали агентлик сотиш тизимини қуриш учун жараёнларнинг барча босқичларини ҳисобга олиш керак, яъни компаниянинг агент билан ўзаро алоқаси ва у орқали эса охириги истеъмолчи бўлган суғурталанувчи билан. Ушбу сотиш (савдо) формати билан мижоз ва компания ўртасидаги тўғридан-тўғри алоқа фақат суғурта даъвосини ҳал қилиш босқичида содир бўлади, олдинги барча босқичларда эса мижоз фақат воситачи билан ўзаро ҳамкорликда ишлайди. Ушбу “суғурталанувчи / агент / суғурта компанияси” ўзаро ҳамкорлик модели ва ташкил этилган алоқа тизимини яхшилаш савдо ҳажмларининг сезиларли ўсишига ва умумий хизмат кўртсатиш сифатини яхшилашни таъминлайди.

Суғурта компанияси фаолиятининг турли жиҳатларини оптималлаштириш, айниқса рақамлаштириш шароитида замонавий ҳамда самарали маркетинг воситалари ва суғурта маҳсулотларини сотиш каналларини жорий этишни тақозо этади.

Суғурта маҳсулотларини бозорда сотиш ёки маҳсулотни тижоратлаштириш қуйидаги асосий босқичларни ўз ичига қамраб олади, жумладан:

- суғурта маҳсулотларини сотишнинг самарали тизимини танлаш, минимал инвестициялар (қўйилмалар) билан максимал сотиш самарадорлигини таъминлаш;
- салоҳиятли мижозларга мавжуд суғурта маҳсулотлари тўғрисида уларни хабардор этиш, уларнинг афзалликлари ва қўлайликлари тўғрисида хабардор қилиш, шунингдек, потенциал суғурталовчиларни суғурта қопламасини сотиб олиш зарурлигига ишонтириш (мақсадли реклама ёки аниқ маҳсулот рекламаси);
- суғурта компаниясининг умумий имиджини яхшилаш орқали савдони ошириш, бунга имидж реклама ва бренд жозибадорлигини ошириш орқали эришилади.

Суғуртани рақамлаштириш тенденцияси нафақат тижоратлаштириш жараёнини мураккаблаштирди, балки рақамли муҳитда ушбу жараённи янада самаралироқ қиладиган маркетинг воситаларини сезиларли даражада кенгайтди. Интернет замонавий иқтисодиёт ва суғуртада рақамли воситаларнинг асосий элементига айланмоқда. Рақамлаштиришнинг асосий омили сифатида интернет суғурта секторини тубдан ўзгартириши мумкин бўлган энг янги технологияларни олиб кирди.

Суғурта компаниясининг веб-сайтини яратиш нафақат биринчи, балки бизнесни рақамлаштириш йўлидаги асосий қадамлардан бири эканлигини эътироф муҳимдир. Бироқ, ушбу босқичда компания ноқулай ва фойдаланувчиларга тушуниш қийин бўлган сайт яратиш орқали хато қилиши мумкин. Ижтимоий маркетингнинг асосий жиҳатларидан бири ва веб-сайтни ишлаб чиқишда энг муҳим мезон - бу унинг қулайлиги ва “фойдаланувчига қулай” (user friendly) деб аталадиган интерфейсининг мавжудлигидир. Бу шуни англатадики, суғурта компаниясининг веб-сайти ташриф буюрувчилар учун содда ва тушунарли бўлиши, фойдаланиш учун қулай, ихчам дизайнга эга бўлиши ҳамда компания ва унинг суғурта маҳсулотлари ҳақидаги барча зарур маълумотлардан қулай фойдаланиш имконини бериши керак. Одатда, анъанавий суғурта компаниялари веб-сайтлари кўпинча бу талабларга жавоб бермайди.

Онлайн савдо жараёни сунъий интеллект, машинали ўрганиш ва катта маълумотлар таҳлили каби рақамлаштириш воситаларисиз амалга оширилиб бўлмайди. Бу технологиялар шунчаки замонавий атамалар эмас, улар яқин келажакда суғурта компанияларининг фаол ривожланишига ҳисса қўшадиган сезиларли яхшиланишларни таъминлайди. Сунъий интеллект ва машинали ўрганишдан фойдаланиш мижозларга хизмат кўрсатиш ва даъволарни ҳал қилишни

соддалаштиришга ёрдам беради. Баҳолаш сунъий интеллект ёрдамида амалга оширилса, бу инсон омилининг таъсирини минималлаштиради ва тўловлар бўйича қарор қабул қилиш жараёнини тезлаштиради ва унинг шаффофлигини таъминлайди.

Чатботлар сифатида ҳам танилган виртуал ёрдамчиларнинг жорий этилиши мижозлар билан мулоқотни ривожлантиришдаги яна бир муҳим қадамдир. Ушбу дастурлар фойдаланувчи билан ҳақиқий суҳбатни симуляция қилади ва веб-сайтларда, мессенжерларда, мобил иловаларда ёки телефон орқали матн ёки овозли хабарлар орқали ишлаши мумкин. Чатботлар ва виртуал ёрдамчилар кўплаб стандарт сўровлар ва мурожаатларни автоматлаштириш орқали мижозлар билан мулоқот қиладиган менежерларнинг иш юки ва кўламини сезиларли даражада камайтиради.

Суғурта полисини сотиб олиш, унинг ижросини таъминлаш, даъволарни кўриб чиқиш, қоплаш ҳамда мижоз ва суғурта компанияси ўртасидаги бошқа муҳим ўзаро муносабатлар каби жараёнлар чат форматига ўтказилиши муҳим аҳамият касб этади. Бу компанияга ҳар бир мижоз учун хизматни шахсийлаштириш имконини беради, бу эса ўз навбатида суғурта полисининг конверсиясини оширишга, зарарларни қоплаш жараёнини соддалаштиришга ва тезлаштиришга ҳамда мижозлар сўровларига зудлик билан жавоб беришга ёрдам беради. Баъзи хорижий суғурта компанияларида виртуал ёрдамчилар фойдаланувчиларнинг барча сўровларининг 70 фоизигача жавоб беришади, қолган 30 фоизи кўллаб-қувватлаш хизматлари томонидан қайта ишланади.

Суғурта соҳасида яна бир истиқболли технология бу блокчейнни жорий этишдир. Унинг асосий қўлланилиши мижозлар маълумотларини ҳимоя қилиш ва янада шаффоф, қулай суғурта ечимларини яратишдир. Блокчейн мижозларнинг суғурта тарихини жамлаш учун ҳам ишлатилиши мумкин. Суғурталанганлар, шартномалар ва суғурта ҳодисалари тўғрисидаги барча маълумотлар тизимнинг ҳамма иштирокчилари учун очиқ бўлган ягона ўзгармас маълумотлар базасига киритилиши мумкин. Операцияларнинг шаффофлиги ва маълумотларнинг мавжудлиги мониторинг жараёнини сезиларли даражада соддалаштиради ҳамда фирибгарликни аниқлашга ёрдам беради.

Блокчейн суғурта компаниялари фаолиятига инсон омилининг таъсирини сезиларли даражада камайтиради. Ушбу салоҳиятни амалга оширишга мисол сифатида денгиз суғуртаси соҳасидаги блокчейн ташаббуси бўлган “Insurwave” – лойиҳасини келтириш мумкин. Илгари текшириш учун мустақил экспертиза талаб қилинган бўлса, энди маълумотларнинг ҳақиқийлиги ва ўзгармаслиги блокчейнда сақланиши туфайли кафолатланади.

Суғуртада кичик автоматлаштиришнинг бир вақтнинг ўзида вақтни ва ресурсларни сезиларли даражада тежашга олиб келади. Келажакда суғуртанинг аксарияти жараёнлари онлайн муҳитга ўтиши аллақачон аниқ, бу суғурта маҳсулотларини рақамли ва онлайн сотишнинг тез ўсиши билан тавсифланади.

Маълумотлар ва илғор таҳлиллардан фойдаланиш суғурта компанияларига сезиларли рақобатбардош устунликларни тақдим этади. Турли манбалардан олинган маълумотлардан қўйидаги йўналишларда самарали фойдаланиш мумкин, яъни:

- рискларни аниқроқ баҳолаш ва тегишли тарифларни белгилаш имконини берувчи суғурта ҳодисаси юзага келиши эҳтимолини прогноз қилиш;
- ҳар бир мижознинг эҳтиёжларига мос келадиган шахсий ечимларни таклиф қилиш орқали суғурта нархини пасайтириш ва мижозларнинг содиқлигини ошириш;
- аниқроқ маълумотларни таҳлил қилиш ёки шубҳали операцияларни аниқлаш орқали фирибгарликнинг олдини олиш.

Хулоса ва таклифлар.

Суғурта компаниялари суғурта соҳасида секин рақамлаштириш муаммосидан тобора кўпроқ хабардор бўлмоқдалар, шунинг учун ўзгарувчан бизнес муҳитига фаол

мослашишга интиломқдалар. Яқин истиқболда суғурта маркетинги тизимининг динамик ривожланиши кутилмоқда. Аллақачон суғурта компаниялари андеррайтинг ва нархларни белгилашда, даъволарни кўриб чиқишда, захираларни ҳисоблашда, фирибгарликларнинг олдини олишда ва назорат қилишда, онлайн мулоқотлар каби соҳаларда янги технологияларни кенг жорий этиб келишмоқда. Рақамлаштириш яқин истиқболада суғурта компаниялари учун асосий устувор йўналишлардан бирига айланиб боради.

Суғурта бозорида рақобатбардошликни сақлаб қолиш, кучли рақобат ва иқтисодий беқарорлик шароитида максимал рентабелликни таъминлаш учун суғурта компаниялари сотиш жараёнларида янги технологиялардан фойдаланишга асосланган комплекс интеграциялашган маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишлари керак бўлади. Фаолиятни рақамлаштириш замонавий суғурта компаниясининг барқарор ўсиши ва янада ривожланишининг асосий гаровига айланиб боради.

Адабиётлар / Литература / Reference:

Abdurakhmonov, 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 қўринишлари: 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 истиқболлари. *MOLIYA VA BANK ISHI*, 8(1), 95–99. Retrieved from <https://journal.bfa.uz/index.php/bfaj/article/view/82>.

Абдурахмонов, И. (2024). РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ БИЗ БИЛМАГАН РИСКЛАРИ. *Iqtisodiy Taraqqiyot Va Tahlil*, 2(7), 230–239. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss7-pp230-239>.

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. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss6-pp298-307>.

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.

Кочумова А.Г., Гыльдждова Ш.М., Какалыева Ч.Н. (2024) Влияние цифровой трансформации на страховую отрасль *Международный научный журнал «Вестник науки»* № 8 (77) Том 4. Август, 24–28 стр.

Козлова О.Н., Котова О.Н. Павловская Е.В. (2017) Использование новых каналов сбыта для повышения эффективности работы страховой компании // *Вестник ВолГУ. Серия 3. Экономика. Экология*. Т. 19 №2. С. 108–116.

Сплетугов Ю.А. (2020) Информационные технологии на российском страховом рынке: возможности развития // *Финансовый журнал*. 2020. № 1. С. 105–116.

Хабаров В. И., Колбина М. С., Кушелев И. Ю. (2023) Внедрение цифровых инноваций как фактор развития и модернизации страхового рынка // *Экономика и управление*. Т. 29. № 1. С. 33–44. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2023-1-33-44>.