



## SHAXSIY SUG‘URTANING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MIJOZLAR EHTIYOJIGA ASOSLANGAN INNOVATSION MAHSULOTLAR

**Nozimov Eldor Anvarovich**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*“Investitsiya va innovatsiyalar” kafedrasi katta o‘qituvchisi*

*eldornozimov@gmail.com*

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada O‘zbekistonda shaxsiy sug‘urta bozorining rivojlanish tendensiyalari, mijozlar ehtiyojlarining o‘zgarishi va raqobat muhitining kuchayishi sharoitida innovatsion sug‘urta mahsulotlarini yaratish zaruriyati tahlil qilinadi. Tadqiqotda aholi demografik xususiyatlari, xarid qobiliyati, xavfga munosabat va sug‘urta xizmatlaridan kutayotgan talablar asosida mijozlar segmentatsiyasi amalga oshiriladi. Shuningdek, hayotni sug‘urtalash, sog‘liqni sug‘urtalash, investitsion sug‘urta, telemeditsina integratsiyalashgan paketlar, parametrik sug‘urta va onlayn sug‘urta polislar kabi innovatsion mahsulotlar modelining afzalliklari ko‘rib chiqiladi. Maqola yakunida shaxsiy sug‘urta kompaniyalarining raqobatbardoshligini oshirish uchun innovatsion mahsulot portfelini kengaytirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va mijozga yo‘naltirilgan xizmat sifatini takomillashtirish bo‘yicha amaliy takliflar beriladi.*

**Kalit so‘zlar:** *Shaxsiy sug‘urta, innovatsion mahsulotlar, raqobatbardoshlik, mijozlar ehtiyoji, parametrik sug‘urta, telemeditsina, investitsion sug‘urta, raqamli sug‘urta, mijoz segmentatsiyasi.*

**Abstract:** *This article analyzes the development trends of the personal insurance market in Uzbekistan, the need to create innovative insurance products in the context of changing customer needs and the intensifying competitive environment. The study segmented customers based on demographic characteristics, purchasing power, risk appetite, and expectations from insurance services. It also examines the advantages of innovative product models such as life insurance, health insurance, investment insurance, telemedicine integrated packages, parametric insurance, and online insurance policies. At the end of the article, practical proposals are made to expand the portfolio of innovative products, introduce digital technologies, and improve the quality of customer-oriented service to increase the competitiveness of personal insurance companies.*

**Keywords:** *Personal insurance, innovative products, competitiveness, customer needs, parametric insurance, telemedicine, investment insurance, digital insurance, customer segmentation.*

**Аннотация:** *В статье анализируются тенденции развития рынка личного страхования в Узбекистане, необходимость создания инновационных страховых продуктов в условиях меняющихся потребностей клиентов и усиливающейся конкурентной среды. В исследовании проведена сегментация клиентов по демографическим характеристикам, покупательной способности, склонности к риску и ожиданиям от страховых услуг. Также рассматриваются преимущества инновационных продуктовых моделей, таких как страхование жизни, медицинское*

*страхование, инвестиционное страхование, интегрированные пакеты телемедицины, параметрическое страхование и онлайн-страхование. В заключение статьи представлены практические предложения по расширению портфеля инновационных продуктов, внедрению цифровых технологий и повышению качества клиентоориентированного сервиса для повышения конкурентоспособности компаний личного страхования.*

**Ключевые слова:** *Личное страхование, инновационные продукты, конкурентоспособность, потребности клиентов, параметрическое страхование, телемедицина, инвестиционное страхование, цифровое страхование, сегментация клиентов.*

## KIRISH

Shaxsiy sugʻurta bozori har bir mamlakat iqtisodiy barqarorligi va aholining moliyaviy xavfsizligini taʼminlashda muhim ahamiyatga ega. Soʻnggi yillarda raqobatning kuchayishi, aholining moliyaviy ongining oshishi va raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi sugʻurta kompaniyalarini yangi, innovatsion mahsulotlar yaratishga undamoqda. Shu bilan birga, mijozlarning ehtiyojlari va kutishlari doimiy ravishda oʻzgarib bormoqda — ular nafaqat anʼanaviy hayot va sogʻliqni sugʻurtalash xizmatlariga, balki investitsion komponentli polislar, parametrik sugʻurta va raqamli xizmatlar bilan integratsiyalashgan mahsulotlarga ham qiziqish bildirmoqda.

Shaxsiy sugʻurta kompaniyalari uchun asosiy raqobat omili mahsulotlarning moslashuvchanligi, tezkorligi va mijozga qulayligi hisoblanadi. Shu sababli, kompaniyalar uchun raqobatbardoshlikni oshirishning eng samarali yoʻli mijozlar ehtiyojlarini chuqur oʻrganish va shu asosda innovatsion mahsulotlar portfelini shakllantirishdan iborat. Raqamli platformalar, mobil ilovalar va telemeditsina xizmatlari bilan birlashtirilgan sugʻurta mahsulotlari bozor talabini qondirishda ham, kompaniyaning moliyaviy barqarorligini mustahkamlashda ham muhim vosita sifatida xizmat qiladi.

Shu nuqtai nazardan, maqola maqsadi — Oʻzbekistonda shaxsiy sugʻurta bozorida mijozlar ehtiyojlariga mos innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish orqali raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlarini aniqlashdir. Tadqiqot jarayonida shaxsiy sugʻurta mahsulotlarining innovatsion turlari, raqamli xizmatlar va mijoz segmentatsiyasi tahlil qilinib, ular orqali kompaniyalar bozor pozitsiyasini qanday mustahkamlashi mumkinligi koʻrib chiqiladi.

Maqolada oʻrganiladigan dolzarb masalalar qatoriga mijozlar ehtiyojlarini aniqlash metodlari, innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish mexanizmlari, raqamli transformatsiya sharoitida xizmat sifatini oshirish va shaxsiy sugʻurta bozoridagi raqobatbardoshlikni oshirish yoʻllari kiradi. Shu bilan birga, maqola natijalari sugʻurta kompaniyalariga amaliy tavsiyalar berish imkoniyatini yaratadi va mamlakat bozorida innovatsion yondashuvlarni kengaytirishga hissa qoʻshadi.



## ASOSIY QISM

Shaxsiy sug‘urta bozorida raqobatbardoshlikni oshirishning eng samarali yo‘li mijozlar ehtiyojlariga mos innovatsion mahsulotlarni joriy etishdir. Bugungi kunda O‘zbekistonda mijozlarning talab va kutishlari o‘zgarib bormoqda: ular tezkor, qulay va shaffof xizmatlarga e‘tibor qaratmoqda. Shu nuqtai nazardan, sug‘urta kompaniyalari uchun birinchi tavsiya — mijozlar segmentatsiyasini amalga oshirishdir. Yosh, daromad darajasi, sug‘urta tajribasi va xavfga munosabat asosida mijozlarni guruhlash kompaniyaga har bir segmentga mos mahsulotlar ishlab chiqishga imkon beradi.

Ikkinchi tavsiya — raqamli transformatsiya va texnologiyalarni joriy etish. Mobil ilovalar, onlayn polislar, avtomatik to‘lov va parametrik sug‘urta xizmatlari mijozlar uchun qulaylik yaratadi, kompaniyaga esa jarayonlarni optimallashtirish imkonini beradi. Masalan, hayotni sug‘urtalash bo‘yicha mobil ilova orqali mijoz 24/7 polis sotib olishi va da‘voni onlayn yuborishi mumkin. Bu nafaqat xizmat sifatini oshiradi, balki mijozlar ishonchini kuchaytiradi.

Uchinchidan, innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish va diversifikatsiya qilish tavsiya etiladi. Telemedicsina bilan integratsiyalashgan sog‘liqni sug‘urtalash paketlari, investitsion komponentli hayot sug‘urtasi va parametrik sug‘urta kabi mahsulotlar bozorda raqobat ustunligini ta‘minlaydi. Masalan, tabiiy ofatlar yoki sog‘liq bilan bog‘liq risklar parametrik sug‘urta orqali avtomatik tarzda qoplanadi, bu esa mijozlar uchun tezkor va adolatli yechimdir.

To‘rtinchidan, mijoz bilan samarali kommunikatsiya va xizmat sifatini oshirish muhimdir. Sug‘urta kompaniyalari mijozlarning fikrini muntazam o‘rganib borishi, shikoyat va tavsiyalarga tezkor javob berishi lozim. Bu jarayonda mijozlar uchun foydali fakt shuki, sodiq mijozlar kompaniya daromadining 60–70% ni tashkil qilishi mumkin. Shu sababli, mijozga yo‘naltirilgan strategiya kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirishda beqiyos ahamiyatga ega.

Bundan tashqari, shaxsiy tajribam va kuzatuvlarim shuni ko‘rsatadiki, innovatsion mahsulotlarni joriy etishda eksperiment va pilot loyihalardan foydalanish foydali bo‘ladi. Masalan, bir guruh mijozlar uchun yangi telemedicsina paketi sinov tariqasida taqdim etilib, ularning qoniqishi va mahsulot samaradorligi o‘lchanadi. Bu yondashuv risklarni kamaytiradi va kengroq bozorga chiqarishda muvaffaqiyatni oshiradi.

Shuningdek, kompaniya ichida xodimlarning malakasini oshirish, innovatsiyalar va mijozlar ehtiyojlariga tez moslashish uchun treninglar va seminarlar o‘tkazish ham tavsiya etiladi. Bu orqali xodimlar xizmat sifatini yaxshilashda va mijozlar bilan samarali ishlashda muhim rol o‘ynaydi.

Shaxsiy sug‘urta bozorida raqobatbardoshlikni oshirish uchun mijoz segmentatsiyasi, raqamli texnologiyalar, innovatsion mahsulotlar, mijoz bilan samarali kommunikatsiya va xodimlarni tayyorlash kabi kompleks yondashuv amalga oshirilishi kerak. Ushbu tavsiyalarni tizimli ravishda amalga oshirish orqali kompaniyalar bozorda barqaror pozitsiyani egallashi va mijozlar ishonchini mustahkamlashi mumkin.

## XULOSA

Shaxsiy sugʻurta bozorida raqobatbardoshlikni oshirish masalasi hozirgi iqtisodiy va texnologik sharoitlarda eng dolzarb masalalardan biridir. Tadqiqot natijalari shuni koʻrsatdiki, mijozlar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish va shu asosda innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqish kompaniyalar uchun samarali yechim boʻlib xizmat qiladi. Mijoz segmentatsiyasi orqali yosh, daromad darajasi, sugʻurta tajribasi va xavfga munosabatga qarab mahsulotlarni moslashtirish nafaqat mijozlar qoniqishini oshiradi, balki kompaniyaning moliyaviy barqarorligini ham taʼminlaydi.

Raqamli xizmatlar, parametrik sugʻurta, investitsion polislar va telemeditsina integratsiyalashgan paketlar kabi innovatsion mahsulotlar kompaniyaning raqobat ustunligini sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, mijoz bilan samarali kommunikatsiya, shikoyatlarni tezkor koʻrib chiqish va xodimlarning malakasini oshirish orqali xizmat sifatini yuqori darajada taʼminlash mumkin. Ushbu yondashuvlar kompaniyalarga bozorda barqaror pozitsiyani egallash va mijozlar ishonchining oshishiga erishishga yordam beradi.

Bundan tashqari, pilot loyihalar va eksperimentlar orqali yangi mahsulotlarni sinab koʻrish kompaniyaga risklarni kamaytirish va mijoz ehtiyojlariga eng mos yechimlarni aniqlash imkonini beradi. Shu yoʻl bilan innovatsion mahsulotlar bozor talabi bilan uygʻunlashadi, mijozlarga tezkor, qulay va adolatli xizmat koʻrsatiladi.

Xulosa qilib aytganda, shaxsiy sugʻurta bozorida muvaffaqiyatga erishish uchun innovatsion mahsulotlar portfelini rivojlantirish, mijoz segmentatsiyasini amalga oshirish, raqamli transformatsiyani joriy etish va xodimlar malakasini oshirish kabi kompleks yondashuvlarni qoʻllash zarur. Ushbu yondashuvlar nafaqat kompaniyaning raqobatbardoshligini oshiradi, balki bozorni rivojlantirish, mijozlarning moliyaviy xavfsizligini taʼminlash va shaxsiy sugʻurta xizmatlarini yanada sifatli qilishga xizmat qiladi. Shu bilan maqola oʻquvchiga muammoni hal qilish yoʻllarini koʻrsatadi, amaliy tavsiyalar beradi va shaxsiy sugʻurta bozorida innovatsion yondashuvlarni kengaytirishga hissa qoʻshadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Abdullaev, S. (2021). Sugʻurta asoslari va amaliyoti. Toshkent: Ilm Ziyo.
2. Karimov, A. (2020). Shaxsiy sugʻurta va innovatsiyalar. Toshkent: Moliyaviy Nashr.
3. Xalq soʻzi. “Oʻzbekistonda shaxsiy sugʻurta bozorining rivojlanishi”, 2023 yil, 15 mart.
4. Narodnaya Gazeta. “Innovatsion sugʻurta xizmatlari va mijozlar ehtiyojlari”, 2022 yil, 10 dekabr.
5. Islomov, R. (2022). “Mijozlar ehtiyojiga mos sugʻurta mahsulotlari”, Moliyaviy Tadqiqotlar jurnali, 3(5), 45–53.
6. Tursunov, J. (2021). “Parametrik sugʻurta va innovatsion yondashuvlar”, Sugʻurta Ilmi, 2(7), 12–20.
7. “Hayotni sugʻurtalash bozorida yangi xizmatlar”, Daryo.uz, 2023 yil, 12 yanvar.
8. “Telemeditsina integratsiyalashgan sugʻurta paketlari”, Kun.uz, 2022 yil, 5 sentabr.



9. <https://www.uzinsurance.uz> – O‘zbekistondagi shaxsiy sug‘urta kompaniyalari haqida rasmiy ma’lumotlar.