

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10900016>

## SUG‘URTA MARKETINGINING ASOSIY MOHIYATI VA JORIY ETISH ASOSLARI

**Rahimov Oybek Baxtiyorovich,**

URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI MUSTAQIL IZLANUVCHISI,  
[oybekbfa@gmail.com](mailto:oybekbfa@gmail.com)

*Annotatsiya.* Maqolada sug‘urta xizmatlari soxasida marketing faoliyatini asosiy mohiyati va joriy etish asoslari ochib berilgan. Shuningdek, sug‘urta bozorida marketingning tutgan o‘rni va qo‘llanilishi atroflicha yoritib berilgan.

*Kalit so‘zlar:* Sug‘urta, moliya, marketing, iqtisodiyot, iqtisodiyotni rivojlantirish, talab, taklif, himoya.

## ESSENTIALS OF INSURANCE MARKETING AND FUNDAMENTALS OF IMPLEMENTATION

**Rakhimov Oybek Bakhtiyorovich,**

AN INDEPENDENT RESEARCHER AT URGANCH STATE UNIVERSITY,  
[oybekbfa@gmail.com](mailto:oybekbfa@gmail.com)

*Abstract.* The article reveals the main essence and the basics of marketing activities in the field of insurance services. Also, the role and application of marketing in the insurance market is covered in detail.

*Key words:* Insurance, finance, marketing, economy, economic development, demand, supply, protection.

## ОСНОВЫ СТРАХОВОГО МАРКЕТИНГА И ОСНОВЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

**Рахимов Ойбек Бахтиёрович,**

НЕЗАВИСИМОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ УРГЕНЧСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА,  
[oybekbfa@gmail.com](mailto:oybekbfa@gmail.com)

*Аннотация.* В статье раскрываются основная сущность и основы маркетинговой деятельности в сфере страховых услуг. Также подробно освещена роль и применение маркетинга на страховом рынке.

*Ключевые слова:* Страхование, финансы, маркетинг, экономика, экономическое развитие, спрос, предложение, защита.

**Kirish.** Bugungi kundagi zamonaviy sharoitda har qanday tadbirkorlik faoliyatning, jumladan, sug'urta sohasining iqtisodiy jihatdan rivojlanishi ostida marketing faoliyatini to'g'ri tashkil etilishiga bog'liqligi yotadi. Bunday sharoitda marketing mahsulot va xizmatlarni sotish orqali mijozning talab va istaklarini qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turi hisoblanadi. Mahsulot va xizmatlarni rejalashtirish, boshqarish jarayoni va narx siyosati orqali ularni iste'molchilarga yetkazish va sotish muxim omil sanaladi.

### **Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.**

Sug'urta sohasida marketing va uning o'ziga xos vositalarni qo'llash bo'yicha iqtisodiy mazmuniga oid nazariy mulohazalar, ayrim nazariy, uslubiy va amaliy jihatlari xorijiy olimlar David Bland, Seth Kravitz, Lev Barinskiy, Matt Wilson, Aliev B.X., Arbuzova Yu.A., Zubets A.N. kabi olimlarning [1-5] ilmiy ishlarida tadqiq qilingan.

O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar X.M.Shennaev, B.B.Ashrafxanov, M.M.Mirsadikov, Q.M.Qo'ldoshev, Abduraxmonov I.X.lar [6-9] sug'urta sohasida marketingning ayrim jihatlari va yo'nalishlarini tahlil qilishgan.

### **Tadqiqot metodologiyasi**

Mazkur maqolada ilmiy-nazariy asos sifatida sug'urtaga oid iqtisodiy adabiyotlar hamda ilmiy maqolalar, xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlarning O'zbekiston sug'urta bozorini rivojlantirish bo'yicha ilmiy asarlari o'rganilgan. Mavzuni o'rganish davomida adabiyotlar qiyosiy tahlili, mantiqiy va tarkibiy tahlil qilish, guruhlashtirish va qiyosiy taqqoslash usullaridan foydalanildi.

### **Tahlil va natijalar**

Sug'urta marketingi – bu sug'urta kompaniyalarining tijorat faoliyatini boshqarish va sug'urta bozorini tadqiq qilish usulidir.

XX asrning 60-yillari boshlarida rivojlangan g'arb mamlakatlarining sug'urta kompaniyalari sug'urta marketingidan keng foydalanishni boshladilar. "Sug'urta marketingi" marketing fanidan ajralib chiqdi va o'ziga xos xususiyatlari orqali marketingning mustaqil tarmog'iga aylandi.

Sug'urta marketingi bu rentabellikni, mijozlarni, bozorlarni egallash va saqlab qolish usullarini oldindan tahlil qilishdir. Sug'urta marketingi sug'urtalanuvchilarning ehtiyojlari va istaklarini to'liq hisobga olgan holda sug'urta kompaniyasining daromadini maksimal darajada oshirishga qaratilgan harakatlar majmuidir.

Iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda sug'urta marketingining rivojlanish jarayoni sug'urta kompaniyalarining kundalik hayotida to'liq tadbiriq etilishi, sug'urta mahsulotlarining iste'molchilar ehtiyojlariga moslashtirilishi, arzonlashuvi, ularning samaradorligini oshirish va optimallashtirishga, shuningdek, sug'urta tovonlarini tez

va oson to‘lab berishga asos bo‘lmoqda. Globallashuvning umumiy tendentsiyalari va O‘zbekistonga halqaro tajribaning kirib kelishidan kelib chiqqan holda, sug‘urta marketingining mijoz uchun ham sug‘urta kompaniyasi uchun ham sug‘urta faoliyatining samaradorligini oshirishga mo‘ljallangan mahsulotlar va dasturlar to‘plamining joriy etilishi bilan rivojlanib boradi.

Sug‘urta bozorini isloh qilish va jadal rivojlanishini ta‘minlash maqsadida jamiyatda sug‘urta madaniyatini va aholining sug‘urta bozoriga bo‘lgan ishonchini oshirish, shuningdek, sug‘urta sohasini ommalashtirish hamda respublika hududlarida uning salohiyatini kengaytirishga yo‘naltirilgan reklama va ma‘rifiy ishlarni tashkil qilish, yangi va zamonaviy sotish instrumentlarini joriy etish yo‘li orqali sug‘urta mahsulotlarini sotish va kanallarini kengaytirishga alohida ahamiyat berilmoqda.

“Sug‘urta marketingi” tushunchasining asosiy jihatlari quyidagi jadvalda keltirilgan. 1.1-jadval

### “Sug‘urta marketingi” tushunchasining asosiy jihatlari.

Tushinish aspekti	Mohiyati
Marketing-paradigma	Sug‘urta mahsulotlari (yoki sug‘urtalanuvchilar) bo‘yicha mavjud va mumkin bo‘lgan ko‘rsatkichlari nuqtai nazaridan sug‘urta bozorini aks ettirishi; Sug‘urta mahsulotlarining sug‘urta mukofotlariga almashuvi, axborot almashuvi, sug‘urta kompaniyalarining tartibga solish bilan bog‘liq munosabatlari yig‘indisi.
Marketing-faoliyat	Sug‘urtalanuvchilarning talab va istaklarini taxlil qilishga, sug‘urta xizmatlariga bo‘lgan talabni yanada samarali qondirishga, sug‘urta bozorini boshqarishga qatilgan faoliyatdir.
Marketing-biznes-jarayon	Sug‘urta mahsulotlarini yaratish va takomillashtirish hamda ularni sug‘urta bozorida amalga oshirish orqali jismoniy shaxslar ham, alohida guruhlarining ham ehtiyojlari va talablariga javob beradigan ijtimoiy, iqtisodiy va boshqaruv jarayonlaridir.
Marketing-nazariya	Sug‘urta bozorlarining marketing modellari, sug‘urtalovchilar xulq-atvori, sug‘urta mahsulotlarini ishlab chiqarish yo‘nalishi, narxlar, aloqa, reklama kanallari.
Marketing-amaliyot	Marketing tadqiqotlari, shu jumladan: ma‘lumot to‘plash, sug‘urta bozorini tahlil qilish, marketing usullari va strategiyalaridan foydalangan holda talabni o‘lchash va taxlil qilish.

Sug'urta marketingi eng maqbul bozor munosabatlarini o'rnatishga qaratilgan, manfaat va ehtiyojlarni hisobga olgan holda sug'urta kompaniyasi va sug'urtalanuvchilarning o'zaro bir birini tushinishi va o'zaro ta'sirini ta'minlaydigan tushunchalar va uslublar tizimi hisoblanadi.

**Sug'urta bozori marketingiga qo'yidagilar kiradi:**

A) sug'urta bozori va sug'urta portfelini tadqiq qilish va o'rganish;

B) sug'urta mahsulotlariga bo'lgan talablarni ishlab chiqish;

V) sug'urta bozorida sug'urta mahsulotlarini sotish yo'nalishlarini tashkil etish.

**Sug'urta bozori va sug'urta portfelini tadqiq qilish va o'rganish** – bu maqsadli segmentlarni ajratish bilan uni segmentatsiyalash, mijozning qo'yidagi xususiyatlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi:

- sug'urta ehtiyojlari va to'lov qobiliyati;

- geografik va ijtimoiy-iqtisodiy taqsimot;

- sug'urta mahsulotini sotib olish uchun mijozga turli xil yo'llar bilan (qonunchilik doirasida) ta'sir o'tkazish;

- sug'urta kompaniyasiga mijoz jalb qilish xarajatlari;

- sug'urta bozorining raqobatbardoshligi va raqobatchilarning taxminiy harakatlari;

- sug'urta portfelini o'rganish - sug'urta hodisalarining yuzaga kelish ehtimoli, sug'urtalanuvchilarning xususiyatlariga qarab sug'urta kompaniyasining narxleri tahlili, ya'ni sug'urtalanuvchining geografik joylashuvi, ksbi, faoliyat turi, jinsi, yoshi, sug'urta qilingan risklari va sug'urtaga olingan mol-mulklari va boshqalar.

**Sug'urta mahsulotlariga bo'lgan talablarni ishlab chiqish** – bu sug'urta kompaniyalarining iste'molchilar talabiga javob beradigan xususiyatlarini aniqlash jarayonidir. Ushbu xususiyatlarga sug'urtaga qabul qilinayotgan ob'ektlar, sug'urta qilinayotgan risklar va sug'urta mahsuloti narxi, sug'urta kompaniyasi tomonidan qo'rsatilayotgan qo'shimcha huquqiy xizmatlar, zararlangan mol-mulklarni ta'mirlash va boshqalar kiradi.

Sug'urta marketingi bu bozorning yangi sharoitlarida sug'urta kompaniyalari oldida turgan, bozor raqobatbardoshligi va iste'molchilarning sug'urta xizmatlari sifatiga bo'lgan talablari bilan bog'liq aniq maqsadlarga erishish vositasidir. Bunda sug'urta kompaniyalarining maqsadlari har qanday qo'shimcha funktsiyalarni bajarish bilan bir qatorda yetarli daromad olish va foydani maksimallashtirishdan iborat bo'ladi.

Foydani ko'paytirishdan sug'urta kompaniyalari va sug'urta vositachilari birdek manfaatdordir. Biroq, davlat tomonidan tartibga solish sug'urta kompaniyasining faoliyatiga ma'lum cheklovlarni qo'yadi, bu esa sug'urtaning jamiyatdagi ijtimoiy roli bilan bog'liqdir.

### **Sug'urta bozorida sug'urta mahsulotlarini sotish yo'nalishlarini tashkil**

**etish** - bu kompaniyalarning sifatli xizmatlarni ko'rsatishlari va sug'urta marketingi talab va taklifni muvozanatini ta'minlashga qaratilgan bo'lishi shart va bu qo'yidagi biznes jarayonlarning izchil amalga oshirilishini ta'minlaydi:

- salohiyatli mijozlar to'g'risida ma'lumotlar olish;

- sug'urta mahsulotlarini tahlil qilish va sug'urta mahsulotlarining narx siyosatini ishlab chiqish;

- raqobatchi sug'urta kompaniyalarining marketing strategiyasini aniqlash va yangi sug'urta mahsulotlari va bozorda sotish yo'llarini ishlab chiqish;

- sug'urta marketingining samaradorligini miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari bo'yicha baholash.

Shunday qilib, sug'urta biznesining hozirgi holati va rivojlanish istiqbollari uchun marketingning ahamiyati juda kattadir. Bu sug'urta bozorida raqobatning ko'chayishi, sifatli sug'urta mahsulotlarini ishlab chiqish va reklama tadbirlarini ko'chatirish zarurati bilan belgilanadi. Marketing barcha bog'liq maqsadlarni o'zida birlashtira oladi. Bu bir tomondan, raqobat vositasi bo'lsa, boshqa tomondan sug'urta mahsulotlari va xizmatlarini rivojlantirishni sug'urtalanuvchilar ehtiyojlariga moslashtirishdir vositasidir. Shu munosabat bilan sug'urta marketingi sug'urtalanuvchilar ehtiyojlari va istaklarini to'liq hisobga olish orqali raqobat vositasi sifatida talqin etilishi mumkin.

### **Xulosa**

Xulosa qilib aytganda, mamlakatimizdagi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlar amaldagi sug'urta kompaniyalariga o'zining alohida talablarini qo'yimoqda. Shunday qilib, marketing strategiyasini iste'molchilar ehtiyojlariga qarata olgan va ularni birinchi o'ringa qo'yadigan kompaniyalargina sug'urta bozorida o'z faoliyatlarini muvaffaqiyatli davom ettira oladilar.

Shunday qilib, marketingni asosiy mohiyati raqobatbardoshlikni o'z ichiga oladi, shuningdek sug'urta mahsulotlarini tarqatish va reklama qilish bo'yicha aniq harakatlarni ta'minlaydigan marketing strategiyasini amalga oshirishni ko'zda tutadi.

Sug'urta kompaniyasi sug'urta bozorida o'zining mustahkam o'rniga ega bo'lishida, o'zining farqli marketing tizimini yaratishi va takomillashtirishi, shubhasiz, milliy sug'urta kompaniyalarning sug'urta xizmatlar bozorida faoliyat yuritishining muvaffaqiyat kaliti hisoblanadi.

**ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. David Bland (2008) Insurance: Principles and Practice. Compiled by David Bland, The Chartered Insurance Institut, Great Britain, 2008, 329 pg.
2. Seth Kravitz, Lev Barinskiy, Matt Wilson (2010) “Mastering Insurance Marketing” UK, 42 pg.
3. Алиев Б. Х. (2011) Маркетинговые аспекты развития региональных рынков страхования в России / Финансы и кредит. 15 (447). – с. 15-19.
4. Арбузова Ю.А., Шепелин Г.И. (2017) Особенности страхового маркетинга в современных условиях / Научный журнал. Экономика и бизнес №2. – с. 51-54.
5. Зубец А.Н. (2001) Маркетинговые исследования страхового рынка - М.: Центр экономики и маркетинга, - 244 с.
6. Шеннаев Х.М. Суғурта агентлари учун қўлланма. –Т.: infoCOM.UZMЧЖ, 2010. – 206 б.;
7. Ашрафханов Б., Мирсадиқов М. Развитие страхового законодательства Республики // Рынок, деньги и кредит. –Т., 2002, № 11-12. – 30 б.;
8. Қўлдошев Қ.М. Суғурта бозори. Ўқув қўлланма. – Т.: Молия-иқтисод., 2011. – 65 б.;
9. Абдурахмонов И.Х. Ўзбекистон Республикасида жавобгарликни суғурталашнинг амалиётини такомиллаштириш. Автореф. дисс. ... и.ф.н. – Т., 2010 й. – 26 б.