



AHOLIGA YO'NALTIRILGAN SUG'URTA MAHSULOTLARI VA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH HAMDA ULARNING QAMROVINI KENGAYTIRISH

DEVELOPMENT OF INSURANCE PRODUCTS AND SERVICES FOR THE POPULATION AND EXPANSION OF THEIR COVERAGE

¹**Yusupov Akbar
Haydarovich**

¹*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil tadqiqotchisi.
E-mail: akbar.yusupov.89@mail.ru*

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Maqolada aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlari va xizmatlarini takomillashtirish hamda ularning qamrovini kengaytirish masalasi nazariy-metodologik va empirik jihatdan o'rganilgan. Shuningdek, aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlarining tasnifi va zamonaviy tendensiyalari tadqiq etilgan, integratsiyalashgan sug'urta, bancassurance va InsurTech kabi qamrovni kengaytiruvchi zamonaviy vositalar tahlil qilingan, jahon ilmiy adabiyotida shakllangan mahsulot innovatsiyasi nazariyalari o'rganilgan, O'zbekiston sug'urta bozorida aholiga yo'naltirilgan segmentning hozirgi holati baholangan hamda sug'urta mahsulotlarini rivojlantirish va qamrovni kengaytirish bo'yicha aniq amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Eng. - The article provides a theoretical, methodological, and empirical examination of the improvement of insurance products and services targeted at the population, as well as the expansion of their coverage. The study also investigates the classification and contemporary trends of population-oriented insurance products; analyses modern coverage-enhancing instruments such as embedded insurance, bancassurance, and InsurTech; explores product innovation theories developed in the international scholarly literature; assesses the current state of the retail segment in the insurance market of Uzbekistan; and elaborates specific practical recommendations for improving insurance products and expanding their coverage.

Kalit so'zlar: Keywords:

❖ *aholiga yo'naltirilgan sug'urta, mahsulot innovatsiyasi, innovatsiyalar tarqalishi nazariyasi, InsurTech, bancassurance, integratsiyalashgan sug'urta, mikrosug'urta, sug'urta penetratsiyasi, sug'urta qamrovi.*

❖ *retail insurance, product innovation, diffusion of innovations theory, InsurTech, bancassurance, embedded insurance, microinsurance, insurance penetration, insurance coverage.*

Kirish.

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlari va xizmatlari – jismoniy shaxslarning hayoti, sog'lig'i, mol-mulki va maishiy risklarini himoya qilishga

mo'ljallangan keng qamrovli mahsulotlar majmui bo'lib, uning takomillashuvi va qamrovi aholi farovonligini oshirish hamda moliyaviy barqarorlikni ta'minlashning muhim ko'rsatkichi hisoblanadi. Zamonaviy sharoitda

bu soha ikki parallel jarayon, ya'ni mahsulot dizaynining raqamli transformatsiyasi va sotish kanallarining kengayishi ta'sirida tezkor o'zgarishlarni boshdan kechirmoqda.

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining (IHTT) 2025-yilgi hisobotiga ko'ra, IHTT mamlakatlarida o'rtacha sug'urta penetratsiyasi (yalpi ichki mahsulotga nisbatan sug'urta mukofotlari ulushi) 2024-yilda 6,2 foizni, hisobotda qamrab olingan barcha yurisdiksiyalar bo'yicha esa o'rtacha 5,4 foizni tashkil etgan. Mamlakatlar o'rtasidagi tafovut sezilarli: penetratsiya Lyuksemburgda 33 foizga yetgan bo'lsa, Ruminiyada 1,1 foizni tashkil etgan [1]. Bu farqlar sug'urta penetratsiyasining mamlakatlar kesimida sezilarli darajada tafovutlanishini ko'rsatadi, ularni izohlashda iqtisodiy rivojlanish bilan bir qatorda mahsulot dizayni, sotish infratuzilmasi va tartibga solish muhiti ham e'tiborga olinishi lozim.

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta qamrovini kengaytirishning jadal rivojlanayotgan vositalaridan biri integratsiyalashgan sug'urta hisoblanadi. Open & Embedded Insurance Observatoryning 2024-yilgi tahliliy hisobotiga ko'ra, integratsiyalashgan sug'urta hozirda jahon yalpi sug'urta mukofotlarining 3-5 foizini tashkil etadi va 2033-yilgacha bu ko'rsatkich 15 foizga, ya'ni taxminan 1,1 trillion AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda. Hisobotda keltirilgan Buyuk Britaniya tajribasida integratsiyalashgan sug'urta sherikchiligi mijoz jalb qilish xarajatlarini 200 funtdan 50 funtgacha, ya'ni 75 foizga qisqartirish imkonini bergani qayd etilgan [2].

Xalqaro mehnat tashkilotining 2024-2026-yillar uchun «Jahon ijtimoiy himoya hisoboti»ga ko'ra, jahon aholisining 52,4 foizi kamida bitta ijtimoiy himoya nafaqasi bilan qamrab olingan, qolgan 47,6 foizi, ya'ni qariyb 3,8 milliard kishi esa ijtimoiy himoyadan tashqarida qolmoqda [3]. Mazkur ko'rsatkich xususiy sug'urta penetratsiyasini emas, ijtimoiy himoya qamrovini ifodalaydi; shunga qaramay, u uy xo'jaliklarini turli

xatarlarning moliyaviy oqibatlaridan himoyalash masalasining dolzarbligini ko'rsatadi.

Aholining turli guruhleri va hayot bosqichlarida sug'urta ehtiyojlari farqlanishi mahsulotlarni mijoz xususiyatlariga moslashtirish zaruratini yuzaga keltiradi. Reinsurance Group of America (RGA) ekspertlari Jaqui Wassenaar va Daniel Lyons hayot va sog'liq sug'urtasida uchta muhim yo'nalishni ajratib ko'rsatadilar: ekotizim hamkorliklari, guruh va individual sug'urta takliflarining yaqinlashuvi hamda kritik kasalliklar qoplamasidagi yangi imkoniyatlar. Kritik kasalliklar sug'urtasi doirasida demensiya, aniq tibbiyot va kasallikning erta bosqichlarini qamrab oluvchi yechimlar kabi innovatsiyalar qayd etilgan [4]. Bu tendensiyalar «bir o'lcham hammaga mos» yondashuvidan mijoz ehtiyojlariga moslashtirilgan mahsulot dizayniga o'tish zaruratini ko'rsatadi.

O'zbekistonda aholiga yo'naltirilgan sug'urta bozorining rivojlanishi ham mazkur global tendensiyalar fonida kechmoqda. Istiqbolli loyihalar milliy agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil yakunlari bo'yicha O'zbekistonda jami sug'urta mukofotlari 13,46 trillion so'mga yetgan va 2024-yilga nisbatan 37,8 foizga oshgan, amaldagi sug'urta shartnomalari soni 13 milliondan oshgan [5]. Shu bilan birga, integratsiyalashgan sug'urta va bancassurance kabi zamonaviy sotish modellarining salohiyatidan foydalanish O'zbekiston bozori uchun istiqbolli yo'nalishlardan biri bo'lib qolmoqda. Demak, jahon sug'urta bozorida penetratsiya darajasidagi katta tafovutlar, integratsiyalashgan sug'urtaning kutilayotgan o'sish salohiyati, InsurTech sohasidagi nazariy va amaliy yondashuvlarning rivojlanishi hamda O'zbekiston sug'urta bozorining mavjud imkoniyatlari mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlarini rivojlantirish va ularning qamrovini kengaytirish masalasi xorijiy ilmiy adabiyotlarda bir nechta yo'nalishda o'rganilgan. J.F. Outreville sug'urta bozori hajmi va iqtisodiy rivojlanish o'rtasidagi bog'liqlikni, shuningdek sug'urta talabiga ta'sir etuvchi iqtisodiy va institutsional omillarni tahlil qilgan [6]. Beck va Webb ko'p mamlakatlar ma'lumotlari asosida hayotni sug'urtalash iste'molining iqtisodiy, demografik va institutsional belgilovchilarini, jumladan daromad darajasi, inflyatsiya, bank sektorining rivojlanishi hamda diniy va institutsional omillarni tizimli ravishda tahlil qilganlar [7]. Ushbu tadqiqotlar sug'urta qamrovini kengaytirishda mahsulot dizayni bilan bir qatorda makroiqtisodiy va institutsional muhitning ham muhim rol o'ynashini ko'rsatadi.

Braun va Haeusle «Digital Insurance and InsurTech» bobida sug'urta sohasining raqamli transformatsiyasini tahlil qilib, beshta innovatsion biznes modelini ajratib ko'rsatadilar: raqamli raqobatchilar, ekotizim tashkilotchilari, profilaktikaga yo'naltirilgan hamkorlar, onlayn o'zaro yordam va markazlashmagan sug'urta. Mualliflar ushbu modellar sug'urta qiymat zanjiri, mahsulot innovatsiyasi va mijozga qiymat yaratish usullarini o'zgartirayotganini ta'kidlaydilar [8].

Sarah O. Gonulal, Nick Goulder va Rodney R. Lester o'z tadqiqotlarida bancassurance modelini rivojlanayotgan bozorlarda sug'urta penetratsiyasini oshirishning muhim vositasi sifatida tahlil qilganlar. Banklarning mavjud mijozlar bazasi, filiallar tarmog'i va mijozlar bilan shakllangan munosabatlaridan foydalanish sug'urta kompaniyalariga an'anaviy agent tarmog'ini noldan yaratmasdan keng auditoriyaga chiqish imkonini beradi; bu ayniqsa sug'urta qamrovi past bo'lgan rivojlanayotgan bozorlar uchun ahamiyatlidir [9].

Martin Eling va Yi Yao mikrosug'urta bo'yicha tadqiqotlarning hozirgi holatini umumlashtirib, ushbu yo'nalishning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyati ortib borayotganini hamda mikrosug'urtaning samaradorligi, barqarorligi va rivojlanish mexanizmlariga doir ilmiy tadqiqot kun tartibi saqlanib qolayotganini ta'kidlaydilar [10].

Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqotda bir nechta ilmiy usullar majmui qo'llanilgan, jumladan, nazariy sintez usuli yordamida innovatsiyalar tarqalishi nazariyasi va InsurTech biznes modellari birlashtirilib, ikki bosqichli nazariy model shakllantirilgan; qiyosiy-empirik tahlil usuli orqali sotish kanallari (bancassurance, integratsiyalashgan sug'urta, mikrosug'urta) samaradorligi jahon amaliyotidagi tadqiqotlar asosida baholangan; statistik tahlil usuli yordamida esa, O'zbekiston sug'urta bozorining holati o'rganilgan. Tadqiqotning empirik bazasini xalqaro tashkilotlarning rasmiy hisobotlari, Scopus bazasida indekslangan ilmiy maqolalar, shuningdek O'zbekiston Respublikasi Istiqbolli loyihalar milliy agentligining rasmiy statistik ma'lumotlari tashkil etdi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlarining qamrovi faqat mahsulotning o'ziga emas, balki uni sotish usulining mosligiga ham bog'liq. Masalan, murakkab, ko'p shartli mahsulot eng yaxshi sotish kanali orqali taklif etilsa ham sekin qabul qilinishi mumkin, sodda mahsulot esa noto'g'ri kanal orqali tarqatilganda ham potensialini to'liq namoyon qila olmaydi.

Bancassurance modeli rivojlanayotgan bozorlarda sug'urta penetratsiyasini oshirishning muhim vositalaridan biri hisoblanadi: banklarning mavjud mijozlar bazasi va shakllangan munosabatlaridan foydalanish orqali sug'urta kompaniyalari an'anaviy agent tarmog'ini noldan yaratish xarajatlarisiz keng auditoriyaga erisha oladi

[9]. Biroq Ispaniyaning hayotni sug'urtalash bozori misolida o'tkazilgan empirik tadqiqot bancassurance kanali xarajat samaradorligini oshirsa-da, boshqa sotish kanallarini to'liq siqib chiqarmasligini ko'rsatadi. Tadqiqotda yuqoriroq xarajatli ayrim kanallar yuqoriroq mahsulot sifati va xizmat intensivligi bilan bog'liq bo'lishi mumkinligi, shuningdek yagona optimal sotish tizimi mavjud emasligi qayd etilgan [11].

Aholining eng zaif qatlamlarini sug'urta qamroviga jalb etishda mikrosug'urta alohida o'rin tutadi. Microinsurance Network va BMT Taraqqiyot dasturining Insurance and Risk Finance Facility (UNDP IRFF) hamkorligida tayyorlangan hisobotga ko'ra, 2023-yilda 37 mamlakatda 344 million kishi mikrosug'urta mahsulotlari bilan qamrab olingan bo'lib, bu ko'rsatkich so'nggi uch yil ichida 70 foizga oshgan. Shu bilan birga, hisobotda himoya bo'shlig'i hanuz juda yuqori ekani, har o'n kishidan to'qqiztasi yetarli himoyaga ega emasligi qayd etilgan [12]. Eling va Yao

mikrosug'urta bo'yicha ilmiy tadqiqot kun tartibi davom etayotganini ta'kidlaydilar [10], bu mahsulotlarning arzonligi bilan bir qatorda mosligi, soddaligi va barqarorligi ham muhimligini ko'rsatadi.

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlarini rivojlantirish va ularning qamrovini kengaytirish nuqtai nazaridan, mazkur tadqiqot doirasidagi tahlil O'zbekiston bozorida an'anaviy sotish kanallari bilan bir qatorda bancassurance va integratsiyalashgan sug'urta kabi zamonaviy kanallarni kengaytirish uchun salohiyat mavjudligini ko'rsatadi. Jahon miqyosida integratsiyalashgan sug'urta hajmining 2033-yilgacha 1,1 trillion AQSh dollarigacha yetishi prognoz qilinayotgani [2] mazkur yo'nalishning istiqbolini ko'rsatadi. O'zbekistonda bank tarmog'i va raqamli to'lov tizimlarining keng rivojlanganligi bunday mahsulotlarni tarqatish uchun zarur infratuzilmaviy imkoniyatlarni yaratadi.

1-jadval

Sotish kanallari va ularning nazariy-amaliy xususiyatlari

Sotish kanali	Nazariy asos	Asosiy afzalligi	O'zbekistondagi holati (muallif bahosi)
An'anaviy agent	Shaxsiy ishonch orqali qabul qilish	Murakkab mahsulotlarni tushuntirish imkoniyati	Ustuvor kanal
Bancassurance	Gonulal va hammualliflari [9]	Mavjud mijoz bazasi, past xarajat	Boshlang'ich bosqich
Integratsiyalashgan	Braun-Haeusle: ekotizim tashkilotchilari [8]	Sinab ko'rish to'sig'ini bartaraf etish	Deyarli mavjud emas
Mikrosug'urta	Eling-Yao tadqiqotlari [10]	Kam ta'minlangan qatlamlarga yetkazish	Maxsus dizayn yo'q

Jahon bankining Jafino va hammualliflari tomonidan tayyorlangan ssenariy tahliliga ko'ra, iqlim o'zgarishi 2030-yilgacha ekstremal kambag'allikda yashovchilar sonini qo'shimcha 32-132 million kishiga oshirishi mumkin [13]. Bu holat parametrik va katastrofa sug'urtasi kabi risklarni moliyaviy yumshatish

vositalarining ahamiyatini kuchaytiradi. Shuningdek, sug'urta ijtimoiy inklyuzivlikka hissa qo'shib, zaif guruhlarining moliyaviy xatarlarga chidamliligini oshirish orqali Barqaror rivojlanish maqsadlariga, jumladan SDG 10 – tengsizlikni kamaytirish maqsadiga xizmat qilishi mumkin [14].

2-jadval

Aholiga yo'naltirilgan sug'urta xizmatlarining tegishli Barqaror rivojlanish maqsadlariga (SDG) bog'liqligi [14]

Barqaror rivojlanish maqsadlari (SDG) nomi	Sug'urtaning roli	Tegishli sug'urta mahsuloti
Kambag'allikka barham (SDG 1)	Moliyaviy zarbadan himoya, kambag'allikka tushishni oldini olish	Mikrosug'urta, hayot sug'urtasi
Sog'liq va farovonlik (SDG 3)	Tibbiy xizmatlarga moliyaviy kirish	Tibbiy sug'urta
Munosib ish va iqtisodiy o'sish (SDG 8)	Moliyaviy xizmatlarga kirish (8.10-vazifa)	Barcha turlar (umumiy ko'rsatkich)
Tengsizlikni kamaytirish (SDG 10)	Zaif guruhlarini (ayollar, keksalar, nogironlar) qamrab olish	Demografik guruhlariga moslashtirilgan mahsulotlar
Iqlim harakati (SDG 13)	Iqlim o'zgarishi bilan bog'liq kambag'allik xavfini moliyaviy yumshatish [13]	Parametrik/qishloq xo'jaligi sug'urtasi

2-jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, aholiga yo'naltirilgan sug'urta xizmatlari Barqaror rivojlanish maqsadlarining bir qator muhim yo'nalishlari bilan bevosita bog'liq. Xususan, mikrosug'urta va hayot sug'urtasi aholining moliyaviy zarbalardan himoyalashiga xizmat qilib, kambag'allikka tushish xavfini kamaytiradi. Tibbiy sug'urta esa aholining sifatli tibbiy xizmatlardan foydalanish imkoniyatini kengaytirish orqali sog'liq va farovonlikni ta'minlashga ko'maklashadi. Sug'urta xizmatlari qamrovining oshishi aholining moliyaviy xizmatlardan foydalanish darajasini kuchaytirib, munosib ish va iqtisodiy o'sish maqsadlariga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu bilan birga, ayollar, keksalar, nogironligi bo'lgan shaxslar va boshqa zaif guruhlar ehtiyojlariga moslashtirilgan sug'urta mahsulotlari ijtimoiy tengsizlikni kamaytirishga xizmat qiladi. Parametrik va qishloq xo'jaligi sug'urtasi esa iqlim o'zgarishi bilan bog'liq moliyaviy yo'qotishlarni yumshatish hamda aholining iqtisodiy barqarorligini saqlashda muhim ahamiyatga ega. Umuman olganda, sug'urta mahsulotlarini diversifikatsiya qilish va ularning aholiga kirib

borish darajasini oshirish bir vaqtning o'zida bir nechta barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishni qo'llab-quvvatlaydi.

Xulosa va takliflar.

Yuqoridagi tahlil natijalarini umimlashtirib, quyidagi asosiy jihatlarni ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchidan, aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlarini rivojlantirish ikkita o'zaro bog'liq jarayon, ya'ni mahsulot dizaynini takomillashtirish va uni sotish usulini to'g'ri tanlash orqali amalga oshadi, ulardan birini ikkinchisiz rivojlantirish to'liq natija bermaydi.

Ikkinchidan, jahon amaliyotida sotish kanallarining har biri (agentlik, bancassurance, integratsiyalashgan sug'urta, mikrosug'urta) o'ziga xos ustunliklarga ega, biroq yagona universal yechim mavjud emas. Samaradorlik mijoz segmenti va mahsulot xususiyatlariga mos kanallar kombinatsiyasini tanlashga bog'liq.

Uchinchidan, O'zbekiston sug'urta bozorida bancassurance va integratsiyalashgan sug'urta kabi zamonaviy kanallarni kengaytirish uchun bank tarmog'i va raqamli to'lov infratuzilmasidan foydalanish imkoniyati

mavjud. Shu bois mavjud infratuzilmani aholiga yo'naltirilgan sug'urta mahsulotlari bilan tizimli integratsiyalash muhim yo'nalish hisoblanadi.

To'rtinchidan, Microinsurance Networkning 2024-yilgi Landscape hisobotida qayd etilgan himoya bo'shlig'i 88 foizni tashkil etadi [12]. Bu mikrosug'urta mahsulotlarida qamrovni kengaytirish, soddalik, moslik va uzoq muddatli barqarorlikka alohida e'tibor qaratish zarurligini ko'rsatadi.

Beshinchidan, Istiqbolli loyihalar milliy agentligining 2025-yil yakunlari bo'yicha rasmiy ma'lumotlarida jami sug'urta mukofotlari 13,46 trillion so'mni, hayotni sug'urtalash bo'yicha mukofotlar esa 586,48 milliard so'mni tashkil etgan. Hisob-kitobga ko'ra, hayotni sug'urtalash ulushi jami mukofotlarning taxminan 4,36 foiziga, umumiy sug'urta ulushi esa 95,64 foiziga teng [5].

Oldinchidan, Istiqbolli loyihalar milliy agentligi sug'urta bozori bo'yicha choraklik va yillik rasmiy statistik ma'lumotlarni e'lon qilib boradi [5]. Biroq ko'p yillik dinamikani ilmiy qiyoslashda hisobot davrlari, sug'urta klasslari va ko'rsatkichlar tasnifini bir xil metodologik asosda uyg'unlashtirish talab etiladi.

Tadqiqotda aniqlangan muammolarni bevosita hal etishga qaratilgan takliflar quyidagilardan iborat:

Markaziy bank va Istiqbolli loyihalar milliy agentligi hamkorligida yirik milliy banklarning mijozlar bazasidan sug'urta

mahsulotlarini taklif etishda foydalanish tartibini belgilovchi me'yoriy mexanizm ishlab chiqish hamda muallifning maqsadli taklifi sifatida 2030-yilgacha aholiga yo'naltirilgan yangi sug'urta shartnomalarining kamida 20 foizini bank tarmog'i orqali tuzish indikatorini belgilash lozim;

raqamli integratsiyalashgan sug'urta pilot dasturini ishga tushirish, ya'ni O'zbekistonda keng tarqalgan raqamli platformalar (Uzum Market, Click, Payme) orqali mijoz maishiy texnika yoki qurilish materiallari xarid qilganda mikromol-mulk yoki baxtsiz hodisalardan sug'urtani bir necha bosqichda qo'shimcha rasmiylashtirish imkonini beruvchi pilot loyihani joriy etish taklif etiladi;

O'zbekiston uchun uchta demografik yo'nalishda mahsulot ishlab chiqish tavsiya etiladi: keksalar uchun uzoq muddatli parvarish va og'ir kasalliklar sug'urtasi, yoshlar uchun sodd va arzon profilaktik sog'liq paketlari, oilalar uchun bolalar ta'limi bilan bog'liq jamg'arma-sug'urta mahsulotlari;

qishloq aholisi uchun milliy mikrosug'urta dasturini joriy etish, ya'ni qishloq aholisi va kam ta'minlangan oilalar uchun sodd va arzon va tezkor rasmiylashtiriladigan mikrosug'urta mahsulotlarini mahalliy kooperativlar va mobil to'lov tizimlari orqali sotish dasturini ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. OECD (2025). *Global Insurance Market Trends 2025*. Paris: OECD Publishing. URL: https://www.oecd.org/en/publications/global-insurance-market-trends-2025_od11ecf4-en.html
2. Open & Embedded Insurance Observatory (2024). *Open and Embedded Insurance 2024 Insight Report*. URL: <https://openinsuranceobs.com/reports/report-open-embedded-insurance-report-2024/>
3. International Labour Organization (ILO) (2024). *World Social Protection Report 2024-26: Universal social protection for climate action and a just transition*. DOI: 10.54394/ZMDK5543. URL: <https://www.ilo.org/publications/flagship-reports/world-social-protection-report-2024-26-universal-social-protection-climate>
4. Wassenaar, J. and Lyons, D. (2023). *3 New Trends in Life and Health Insurance*. Reinsurance Group of America (RGA), April 2023. URL: <https://www.rgare.com/knowledge-center/article/3-new-trends-in-life-and-health-insurance>

5. O'zbekiston Respublikasi Istiqbolli loyihalar milliy agentligi (ILMA/NAPP) (2026). O'zbekiston Respublikasi sug'urta bozorining 2025-yil yakunlari bo'yicha umumiy ko'rsatkichlari. URL: <https://napp.uz/oz/pages/statistics-and-analysis-for-im>

6. Outreville J. F. *Theory and Practice of Insurance*. – Boston: Kluwer Academic Publishers, 1998. – XII, 340 p. DOI: 10.1007/978-1-4615-6187-3.

7. Beck, T. and Webb, I. (2003). Economic, Demographic, and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries. *The World Bank Economic Review*, 17(1), pp. 51–88. DOI: 10.1093/wber/lhg011.

8. Braun, A. and Haeusle, N. (2025). Digital Insurance and InsurTech. In: G. Dionne (ed.), *Handbook of Insurance*. Springer, Cham, pp. 225–249. DOI: 10.1007/978-3-031-69561-2_8. First published online 4 September 2024.

9. Gonulal S. O., Goulder N., Lester R. R. *Bancassurance: A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Markets*. – Washington, DC: The World Bank, 2012. – Policy Research Working Paper No. 6196. – 69 p.

10. Eling, M. and Yao, Y. (2024). Microinsurance research: status quo and future research directions. *The Geneva Papers on Risk and Insurance—Issues and Practice*, 49(3), pp. 417–420. DOI: 10.1057/s41288-024-00328-x.

11. Rubio-Misas, M. (2022). Bancassurance and the coexistence of multiple insurance distribution channels. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), pp. 724–745. DOI: 10.1108/IJBM-04-2021-0129.

12. Microinsurance Network and UNDP Insurance and Risk Finance Facility (IRFF) (2025). *The Landscape of Microinsurance 2024*. Published 6 March 2025. URL: <https://microinsurancenet.org/resources/the-landscape-of-microinsurance-2024>

13. Jafino B. A., Walsh B., Rozenberg J., Hallegatte S. *Revised Estimates of the Impact of Climate Change on Extreme Poverty by 2030*. – Washington, DC: World Bank, 2020. – Policy Research Working Paper No. 9417. – 17 p. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/706751601388457990/pdf/Revised-Estimates-of-the-Impact-of-Climate-Change-on-Extreme-Poverty-by-2030.pdf>

14. Holliday S., Remizova I., Stewart F. *Developing Insurance Markets: The Insurance Sector's Contribution to the Sustainable Development Goals (SDGs)*. – Washington, DC: World Bank, 2021. – 28 p. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/560821632197166715/pdf/The-Insurance-Sector-s-Contribution-to-the-Sustainable-Development-Goals-SDGs.pdf>