

ЎЗБЕКИСТОНДА ҲАЁТ СУГУРТАСИГА БЎЛГАН ТАЛАБНИ БЕЛГИЛОВЧИ ОМИЛЛАР

Обиддин Юлдашев,

Тошкент молия институти Суғурта ва пенсия иши кафедраси доценти, и.ф.н.,

Тошкент, Ўзбекистон. Email: obiddin@inbox.ru

ORCID: 0000-0002-9640-8128

DETERMINANTS OF DEMAND FOR LIFE INSURANCE IN UZBEKISTAN

Obiddin Yuldashev,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Insurance and Pension affairs, Tashkent

Institute of Finance, Tashkent, Uzbekistan. E-mail: obiddin@inbox.ru

ORCID: 0000-0002-9640-8128

JEL Classification: G2,G22

Аннотация. Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, кўплаб потенциал суғурта қилдирувчиларнинг ҳаёт суғуртаси ҳақида маълумотга эга эмаслиги ва суғурта компанияларига нисбатан ишончининг пастлиги, истеъмолчиларнинг суғурта хизматлари сифатидан мамнун эмаслиги ёки қониқиш даражаси таъминланмаганлиги уларнинг ҳаёт суғуртасини амалга ошириш қарорларидан воз кечишларига олиб келади. Шу сабабдан, ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир кўрсатиши мумкин бўлган омилларни аниқлаш жуда муҳим жараён ҳисобланади.

Ушбу тадқиқот Ўзбекистонда ҳаёт суғуртаси хизматларига бўлган талабга ижтимоий-демографик, иқтисодий (молиявий), психологик ва ҳиссий омилларнинг таъсири ўрганилган дастлабки тадқиқот бўлиб, шу соҳадаги адабиётларни бойитишга хизмат қилади. Тадқиқотни амалга оширишда Ўзбекистондаги ҳаёт суғуртаси компанияларининг суғурта қилдирувчиларидан ўтказилган сўровнома натижаларидан фойдаланилган. Сўровноманинг саволлари

респондентларнинг ҳаёт суғуртасидан фойдаланиш мақсади, суғурта хизматларидан қониқиш даражаси ва ҳаёт суғуртасидан такрор фойдаланишига таъсир этадиган ўзгарувчиларни аниқлашга қаратилган. Бу ўзгарувчиларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга биргаликдаги таъсирини ўрганиш мақсадида, фактор таҳлили орқали Бартлетт методи билан респондентларнинг "ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси" яратиб олинди. Мазкур индекснинг ўзгариши ҳаёт суғуртаси хизматлари истеъмолига ижобий таъсир қилади.

Натижаларимиз шундан иборатки, даромад даражаси ҳаёт суғуртасига бўлган талабга эгри чизиқли таъсир кўрсатади. Респондентларнинг ўртача ойлик даромади 31,3 млн. сўмга етгунга қадар уларнинг ҳаёт суғуртасига талаби ошиб боради ва ундан сўнг камаёди. Истеъмол харажатларининг ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган талабга салбий таъсир қилади. Шунингдек, инструментал ўзгарувчи ёндашуви асосида даромад даражасининг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсирини баҳолашда, даромаддаги ўзгаришда истеъмол харажатларининг таъсирини

ҳисобга олиш мукамалроқ натижани берди. Бунда, икки босқичли (2SLS) регрессия амалга оширилди ва унинг ишончлилигини таъминлаш учун баҳолашдан кейинги бир нечта тестлар (инструментал ўзгарувчининг биринчи босқичдаги регрессияси, "Anderson-Rubin Wald test" ва "Cragg-Donald Wald" F-статистика) ўзқазилди. Респондентларнинг ёши, жинси ва таълим даражаси уларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талабига боғлиқ эмаслиги аниқланди.

Abstract. Studies have shown that the lack of knowledge about life insurance by many potential insurers and low confidence in insurance companies, consumer dissatisfaction with the quality of insurance services or lack of satisfaction leads them to abandon their decision to implement life insurance. Therefore, identifying the factors that may affect the demand for life insurance is a very important process.

This research is the first study of the effect of socio-demographic, economic (financial), psychological and emotional factors on the demand for life insurance in Uzbekistan and serves to contribute the literature in this subject. This study used data about survey results of insured of life insurance companies in Uzbekistan. The questions of the survey were aimed at identifying the variables that affect the purpose of life insurance use of respondents, the level of satisfaction with insurance services and reuse of life insurance. In order to study the combined effect of these variables on the demand for life insurance, the "life insurance satisfaction index" of the respondents was created by the Bartlett method through factor analysis. Changes in

this index will have a positive impact on the consumption of life insurance.

Our results show that the income level has a curvilinear effect on the demand for life insurance. The demand for life insurance increases till the average monthly income of the respondents is 31.3 mln. soum, then it decreases. The increase in consumer spending will negatively affect the demand for life insurance. In addition, while assessing the impact of income level on demand for life insurance based on the instrumental variable approach, taking into account the impact of consumer spending on income change, gave a more accurate result. Thus, the two-stage least squares (2SLS) regression was performed and several post-estimation tests (first-stage regression of the instrument variable, Anderson-Rubin Wald test, and Cragg-Donald Wald F-statistics) were performed to ensure its reliability. However, it was found that the age, gender and level of education of the respondents did not depend on their demand for life insurance.

Калим сўзлар: ҳаёт суғуртаси, ҳаёт суғуртасига бўлган талаб, ижтимоий-демографик омиллар, психологик ва ҳиссий омиллар, ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси, инструментал ўзгарувчи ёндашуви, фактор таҳлил.

Keywords: life insurance, demand for life insurance, socio-demographic determinants, psychological and emotional determinants, life insurance satisfaction index, instrumental variable approach, factor analysis.