

ВЛИЯНИЕ СТРАХОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА СТРАХОВОЙ РЫНОК

¹ Баратова Динора Алишеровна

Аннотация В статье рассматриваются ключевые особенности формирования страховой культуры в Узбекистане. Проведён анализ факторов, влияющих на поведение потребителей на страховом рынке, включая уровень финансовой грамотности, степень доверия к страховым компаниям и доступность информации о страховых продуктах. Используются методы сравнительного и документального анализа, а также изучение международного опыта (Польша, Казахстан). Выявлено, что низкий уровень доверия и осведомлённости населения существенно сдерживает развитие добровольного страхования. Отмечается необходимость системного просвещения, цифровизации и институциональной поддержки формирования страховой культуры.

Ключевые слова: страхование, страховая культура, финансовая грамотность, доверие к страховым компаниям, добровольное страхование, цифровизация страховых услуг.

¹ Доцент кафедры “Страховое дело” ТГЭУ
dinorabaratova2@gmail.com

Введение

В современных условиях страхование играет важную роль в обеспечении социальной и финансовой стабильности. Оно служит механизмом защиты от разнообразных рисков — начиная от несчастных случаев и болезней, заканчивая утратой имущества или источников дохода. Развитие страхового сектора является одним из признаков зрелости экономической системы, а уровень страховой культуры — важным индикатором доверия к финансовым институтам.

Несмотря на наличие нормативной базы и активную деятельность страховых компаний, в странах с формирующимся рынком страховых услуг, таких как Узбекистан, страхование остаётся малоизвестным или недооценённым инструментом. У людей больше отрицательное отношение к страхованию, как к обязательному и формальному требованию, а не как инструменту защиты и минимизации рисков.

Низкая культура может проявляться в том, что не все до конца понимают условия страхования, нет желания рассматривать долгосрочные выгоды страхования или понимания необходимости

обеспечения должного страхового покрытия для своего имущества или ответственности¹.

Актуальность данной темы состоит в том, что недостаток страховой культуры тормозит развитие всего сектора и ограничивает охват населения страховыми услугами. При этом повышение уровня страховой культуры может способствовать росту числа добровольных страховок и повышению общей финансовой устойчивости общества.

Обзор литератур Понятие «страховая культура» всё чаще рассматривается в научной и прикладной литературе как ключевой фактор развития страхового сектора. Под страховой культурой понимается совокупность знаний, установок и поведенческих моделей, характеризующих отношение граждан к страховым продуктам. Этот термин включает как уровень информированности населения, так и его готовность добровольно использовать страхование в качестве средства защиты от рисков.

Во многих исследованиях подчёркивается, что низкий уровень страховой культуры напрямую влияет на темпы развития страхового рынка. Наиболее типичными признаками низкой культуры страхования являются недоверие к страховым организациям, слабая правовая грамотность потребителей и восприятие страхования как формальной или навязанной меры. В странах с формирующимся рынком, таких как Узбекистан, подобные особенности особенно ярко выражены. В статье «Пути и способы повышения культуры страхования» отмечается, что: «На ограниченную практику страхования домашних хозяйств наибольшее влияние осуществляет не непосредственно страховая культура, как показатель распространённости норм культурного страхового поведения, сколько экономическое благосостояние граждан, отсутствие у них имущества, актуализирующего потребность в услугах рынка страхования»².

В глобальном контексте, исследования Всемирного банка подчеркивают важность финансовой грамотности для повышения вовлечённости населения в страхование. В частности, в отчёте "The Global Findex Database 2021" отмечается, что в развивающихся странах уровень владения финансовыми услугами, включая страхование, остаётся низким, и повышение финансовой грамотности является ключевым фактором для расширения доступа к этим услугам³.

Таким образом, существующая литература и официальные данные подчеркивают, что формирование зрелой страховой культуры требует системного подхода, включающего образование, маркетинг, регулирование и развитие клиентского сервиса.

Методы исследования В Узбекистане исследование вопросов, связанных с формированием страховой культуры, находится на начальном этапе. Однако уже сегодня в рамках отдельных проектов наблюдаются практические попытки повышения вовлечённости населения в страховые отношения. Так, Центральный банк Республики Узбекистан и Министерство народного образования совместно реализуют Программу повышения финансовой грамотности населения на 2022–2024 годы, в которую постепенно включаются элементы, связанные со страхованием.

В качестве практического примера также рассматривается платформа Sug'urta Bozor, получившая в 2023 году венчурные инвестиции на развитие онлайн-продаж страховых продуктов. Платформа

¹ Панькова Л. В. Пути и способы повышения культуры страхования // Научно-практический электронный журнал «Наука. Мысль: электронный периодический журнал». 2017. № 4. <https://top-technologies.ru/article/view?id=34220> (дата обращения: 16.05.2025).

² НАПП. Пресс-конференция, посвящённая итогам деятельности за 2024 год.// <https://napp.uz/ru/news/2024-yil-faoliyat-yakunlari-matbuot-anjumani>

³ Всемирный банк. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>

позволяет пользователям сравнивать страховые предложения, оформлять полисы онлайн и консультироваться в цифровом формате. На основе анализа пользовательской активности выявлено, что основной интерес вызывает добровольное медицинское страхование и страхование имущества. Однако высокая доля обращений в поддержку связана не с оформлением, а с разъяснением условий страхования, что подчёркивает недостаточный уровень страховой грамотности.

Кроме того, в 2023 году в Ташкентском финансовом институте при поддержке ПРООН и Ассоциацией профессиональных участников страхового рынка Узбекистана был открыт специализированный учебный центр для повышения квалификации участников страхового рынка. В рамках деятельности центра планировалось проведение учебно-методической и научно-исследовательской работы, что могло включать в себя проведение опросов и исследований в сфере страхования.

Для сравнительного анализа в исследовании были рассмотрены образовательные инициативы других стран. В частности, в Казахстане с 2017 года действует государственная онлайн-платформа OpenU, где размещаются открытые курсы по финансовой грамотности, включая модули по страхованию⁴. В Польше в рамках инициативы "Bezpieczni Finanse" (финансовая безопасность) реализуются школьные программы, направленные на развитие базовых финансовых навыков у учащихся, а также страховые услуги по страхованию имущества, в основном для украинцев, которые попали под действие СВО, включая страхование домов даже от военных рисков. В перечень рисков входит попадание в дом падающей ракеты, БПЛА, беспилотники, взрывы боеприпасов и мин и т. д., за исключением ядерного, биологического и химического оружия⁵.

Таким образом, методы исследования включали документальный анализ, анкетирование, изучение цифровых практик и сопоставление международного опыта, что позволило всесторонне рассмотреть состояние и перспективы страховой культуры в Узбекистане.

Анализ и результаты Чтобы понять особенности формирования страховой культуры в Узбекистане, важно рассмотреть механизмы, определяющие поведение потребителей на рынке страховых услуг. Анализ показывает, что ключевую роль в решении о приобретении страхового полиса играют такие факторы, как уровень информированности, доверие к страховой системе и социально-культурные установки.

На первом этапе потребитель сталкивается с восприятием страхового продукта. Основные каналы, через которые население узнаёт о страховании, — это устные рекомендации, реклама в интернете и личный опыт. Однако эти источники часто не содержат структурированной информации. В результате возникает поверхностное понимание: страхование воспринимается либо как формальность, либо как сложный и ненадёжный механизм.

Следующий этап — эмоциональное реагирование. Многие воспринимают страхование как “бесполезную трату денег”. Такое отношение во многом сформировано недоверием к страховым компаниям.

Таблица 1. Результаты опроса фермеров по вопросам доверия к страхованию в Республике Каракалпакстан⁶

⁴ OpenU – Kazakhstan’s Massive Open Online Courses.// <https://astanatimes.com/2017/04/openu-kazakhstans-massive-open-online-courses/>

⁵ Financial assistance and educational initiatives for schoolchildren in Poland.// <https://visitukraine.today/index.php/fr/blog/622/financial-assistance-for-parents-of-schoolchildren-in-poland>

⁶ ПРООН Узбекистан. Анализ системы страхования сельскохозяйственных культур в Узбекистане, 2024.//

№	Ответы	По проектным территориям	в том числе		
			Канлыкульский	Кегейлийский	Караузакский
1.	«Верите ли Вы в получение соответствующих финансовых средств от страховой компании, если в Вашем хозяйстве произойдёт страховой случай?»				
	«Нет»	90,0%	90,0%	81,8%	84,6%
2.	«В перспективе, для развития деятельности фермерского хозяйства, у Вас есть необходимость в страховой защите?»				
	«Да»	67,6%	90,0%	82,0%	38,5%

Результаты анкетного опроса свидетельствуют, что около 90% опрошенных не верят в получении финансовых средств, причитающиеся при страховом случае сельскохозяйственных культур. Как видно из таблицы 1, более 2/3 части респондентов проектных районов оптимистически настроены в отношении перспектив развития своего хозяйства и агрострахования в будущем.

На этапе осознания потребитель может анализировать, стоит ли оформлять страховой полис. Однако в условиях низкой финансовой грамотности рациональное сравнение предложений затруднено. Кроме того, отсутствие единых платформ с понятными и сопоставимыми условиями страхования усиливает эффект неопределённости. Как показывают данные платформы Sug'urta Vozor, пользователи чаще всего интересуются базовыми вопросами: «что входит в покрытие», «что делать при страховом случае», «почему не возвращают деньги».

Последний этап — принятие решения. Здесь на выбор влияет не только логика, но и внешние обстоятельства: например, необходимость оформить ОСАГО для регистрации авто или требования банка при ипотеке. Добровольное страхование чаще всего игнорируется, поскольку не воспринимается как насущная потребность. По данным Национального агентства перспективных проектов, по состоянию на конец 2024 года около 92% всех страховых премий приходится на добровольное страхование, тогда как доля обязательных видов страхования составила примерно 6%⁷.

Сравнение с зарубежными странами показывает, что в условиях институциональной поддержки (как в Польше и Казахстане) потребители активнее включаются в страховые отношения. В Польше, например, в рамках школьного курса “Bezpieczni Finanse” дети получают базовые знания о видах страхования, что формирует доверие уже в подростковом возрасте. В Казахстане действует национальная образовательная платформа OpenU, где доступны модули по страхованию жизни и медицинскому страхованию.

Таким образом, результаты анализа подтверждают гипотезу о том, что повышение страховой культуры связано не только с развитием страхового рынка, но и с комплексной просветительской работой, вовлечением образовательных и цифровых инструментов, а также укреплением доверия к страховым компаниям.

Заключение Таким образом, результаты проведённого анализа подтверждают актуальность темы формирования страховой культуры в Узбекистане. Полученные данные свидетельствуют о том, что

<https://www.undp.org/ru/uzbekistan/publications/analiz-sistemy-strakhovaniya-selskokhozyaystvennykh-kultur-v-uzbekistane>

⁷ STATISTICS: UZBEKISTAN, 3Q2024: 92% of all market premiums come from voluntary insurance//

<http://xprimm.com/STATISTICS--UZBEKISTAN-3Q2024-92-of-all-market-premiums-come-from-voluntary-insurance-articol-35-22518.htm>

низкий уровень доверия к страховым компаниям, ограниченное понимание страховых продуктов и отсутствие системной просветительской работы являются ключевыми барьерами на пути к расширению добровольного страхования.

Исследование показало, что на восприятие страхования значительное влияние оказывают как когнитивные, так и эмоциональные факторы. Устойчивые стереотипы, недостаток позитивного опыта и слабая информированность формируют негативное отношение к страховым услугам даже при наличии объективных рисков. При этом наличие цифровых платформ (например, Sug'urta Vozor) демонстрирует, что при должной подаче и сопровождении потребительский интерес может быть существенно повышен.

Положительный опыт зарубежных стран, таких как Польша и Казахстан, показывает эффективность институционального подхода, включающего интеграцию элементов страховой грамотности в школьное и внешкольное образование, развитие открытых цифровых ресурсов и координацию усилий страхового сектора с государственными органами.

Следовательно, дальнейшее развитие страхового рынка Узбекистана требует не только технологических и нормативных преобразований, но и формирования осознанного отношения к страхованию как к инструменту финансовой защиты и долгосрочной стабильности. Это возможно при условии системной просветительской работы, участия образовательных учреждений и повышения профессионального уровня самих страховых компаний.

References:

1. Страхование онлайн: как Sug'urta Vozor вырос с 5 до 100 оформленных полисов в день и получил инвестиции в \$100 000 - 19.07.2023г.// <https://www.spot.uz/ru/2023/07/19/sugurta-bozor/>
2. НАПП. Пресс-конференция, посвящённая итогам деятельности за 2024 год.// <https://napp.uz/ru/news/2024-yil-faoliyat-yakunlari-matbuot-anjumani>
3. Всемирный банк. The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>
4. OpenU - Kazakhstan's Massive Open Online Courses.// <https://astanatimes.com/2017/04/openu-kazakhstans-massive-open-online-courses/>
5. Financial assistance and educational initiatives for schoolchildren in Poland.// <https://visitukraine.today/index.php/fr/blog/622/financial-assistance-for-parents-of-schoolchildren-in-poland>
6. ПРООН Узбекистан. Анализ системы страхования сельскохозяйственных культур в Узбекистане, 2024.// <https://www.undp.org/ru/uzbekistan/publications/analiz-sistemy-strakhovaniya-selskokhozyaystvennykh-kultur-v-uzbekistane>
7. STATISTICS: UZBEKISTAN, 3Q2024: 92% of all market premiums come from voluntary insurance// <http://xprimm.com/STATISTICS--UZBEKISTAN-3Q2024-92-of-all-market-premiums-come-from-voluntary-insurance-articol-35-22518.htm>.