

ЎЗБЕКИСТОНДА ҲАЁТ СУГУРТАСИГА БЎЛГАН ТАЛАБНИ БЕЛГИЛОВЧИ ОМИЛЛАР

Обиддин Юлдашев,

*Тошкент молия институтини 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, кўпга потенциал суғурта қилдирувчиларнинг ҳаёт суғуртаси ҳақида маълумотга эга эмаслиги ва суғурта компанияларига нисбатан ишончининг пастлиги, истеъмолчиларнинг суғурта хизматлари сифатидан мамнун эмаслиги ёки қониқши 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 қониқши 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 қониқши 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 камаяди. 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) ўзказилди. 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.

Кириш. Ҳозирги пайтда, ҳаёт суғуртаси фақатгина, маълум бир ёшга ёки муддатга қадар тирик қолиш ёхуд ўлим ҳолатида моддий таъминот билан боғлиқ мулкӣ манфаатларни ҳимоя қилишнинг бир усули эмас, балки, аҳоли учун узок муддатли истикболга молиявий режалаштириш воситаси, шунингдек, инвестицион фаолият ва суғурта ҳимоясининг зарурий даражасини ўзида оптимал мужассамлаштирган, потенциал тарзда чекланмаган миқдорда даромад олиш имкониятидир.

Фикримизча, ҳозирги замонавий шароитларда ҳаёт суғуртаси бозорини янада ривожлантириш ва молиявий барқарорлигини таъминлаш алоҳида аҳамият касб этади. Шу боисдан, миллий суғурта бозорида истикболли чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Бунда, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги "Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида"ги ПҚ-4412-сонли қарорининг қабул қилиниши ҳам айни муддо бўлди. Мазкур қарорда бир қатор устувор йўналишлар ўз аксини топган. Жумладан, суғурта хизматлари истеъмолчиларининг ҳуқуқлари ҳимоясини кучайтириш, аҳолининг суғурта саводхонлигини ва суғуртага бўлган ишончини ошириш орқали суғуртани оммалаштириш ва суғурта маданиятини ривожлантириш, янги инновацион суғурта маҳсулотларини жорий этиш ва талаб юқори бўлган анъанавий маҳсулотларни ривожлантириш орқали кўрсатилаётган суғурта хизматлари ҳажмларини, турларини кенгайтириш ва сифатини ошириш, истеъмолчиларнинг суғурта

хизматлари сифатидан қониқиши даражасини таъминлаш миллий суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва жадал ривожлантиришнинг энг асосий йўналишлари этиб белгиланган.

Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 23 октябрдаги "Суғурта бозорини рақамлаштириш ва ҳаёт суғуртаси соҳасини ривожлантириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида"ги ПҚ-5265-сонли қарори мазкур масалаларнинг айниқса долзарб эканлигини ўзида намоён этади. Унда белгиланганидек, ижтимоий сўровномалар ўтказиш орқали ҳаёт суғуртаси бозорини мониторинг қилиш, ҳаёт суғуртаси маҳсулотларининг сифати ва рақобатбардошлигини ошириш юзасидан тавсиялар ишлаб чиқиш бевосита Ўзбекистонда ҳаёт суғуртасининг ривожланиш ҳолатини ва тенденцияларини илмий жиҳатдан тадқиқ этиш заруриятини юзага келтиради. Шу билан бирга, ҳаёт суғуртаси хизматларига бўлган талабга таъсир этувчи ижтимоий-демографик, иқтисодий (молиявий), психологик ва ҳиссий омилларни эконометрик ўрганиш, уларнинг таъсир даражасини аниқлаш ва баҳолаш тадқиқот олдидаги муаммоларни ҳал этиш имконини беради.

Материал ва метод. Ушбу тадқиқотда Ўзбекистондаги олти ҳаёт суғуртаси компанияларининг суғурта қилдирувчиларидан ўтказилган сўровнома натижаларидан фойдаланилган. Сўровнома онлайн тарзда Google formsда яратилган (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeB8oHyJ5wZUJNq6giJa1RK89wt6CIMWT8evR6d6-37RDHmw/viewform?usp=sf_link) линк орқали 2021 йил ноябрдан 2022 йил

февралга қадар ўтказилди. Сўровномада 560 нафар респондент (суғурта қилдирувчи)лар иштирок этган, аммо 535 та натижа яроқли теб топилган. Саволномада 11 та савол мавжуд бўлиб, дастлабки учта савол респондентлар тўғрисидаги ижтимоий маълумотларга аниқлик киритади. Ўз навбатида, қолган саволлар респондентларнинг ҳаёт суғуртасига қанчалик дахлдорлигига, уларнинг ҳаёт суғуртаси хизматларидан фойдаланишига ундайдиган ёки туртки берадиган асосий омилларни ўрганишга қаратилган.

Ушбу тадқиқотда боғлиқ ўзгарувчи ҳаёт суғуртасига бўлган талаб (эҳтиёж) ҳисобланади. Иқтисодиётда “талаб” шахсларнинг маълум бир маҳсулот ёки хизматни истеъмол қилишга тайёрлиги ва қобиляти сифатида тавсифланади (Махдзан ва Викторян, 2013). Шунга кўра, мазкур тадқиқот доирасида ҳаёт суғуртасига бўлган талаб, респондентлар фойдаланишга тайёр ва қодир бўлган ҳаёт суғуртаси шартномаси бўйича миллий валюта (сўм)даги суғурта суммаси билан ўлчанади.

Мавжуд адабиётларга асосланиб, биз ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир этиши мумкин бўлган куйидаги ижтимоий ва иқтисодий ўзгарувчиларни аниқлаймиз.

Даромад даражаси ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир қилувчи энг муҳим ўзгарувчидир (Хаммонд ва бошқалар, 1967). Олдинги тадқиқотларнинг деярли барчаси шуни кўрсатадики, даромад даражаси ва ҳаёт суғуртасига бўлган талаб ўртасида сезиларли ва ижобий муносабатлар мавжуд (Фортун, 1973; Андерсон ва Невин, 1975; Бёрнетт ва Палмер, 1984; Труэтт ва Труэтт, 1990; Браун ва Ким, 1993; Хван ва Гринфорд, 2005; Челик ва Каяли, 2009).

Истеъмол даражасининг кўпайиши ҳаётни суғурта қилиш истагини камайтиради, чунки мавжуд ҳаёт даражасини сақлаб қолиш зарурати ошади ва келажак учун бойлик яратиш имконияти камаяди. Истеъмолнинг юқори даражаси ҳаётни суғурталашга бўлган талабга салбий таъсир кўрсатиши кутилмоқда.

Мазкур тадқиқотда, биз, олдинги тадқиқотларда ўрганилган молиявий саводхонлик, жамғариш истаги, психологик ва ҳиссий омилларнинг умумлашган натижасини берадиган бир бутун омилларни аниқлаб олдик. Булар: суғурталанувчининг суғурта хизматидан мамнунлиги, қўшимча даромад олганда молиявий хизматлар орасидан фақат ҳаёт суғуртасини танлаш даражаси, суғурта компаниясининг хизматларидан такрор фойдаланиш даражаси, ўзи фойдаланаётган ҳаёт суғуртаси маҳсулотларини бошқаларга ҳам тавсия этиш даражаси каби ўзгарувчилар. Бу ўзгарувчиларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга биргаликдаги таъсирини бир вақтнинг ўзида ўрганиш, бошқача айтганда, моделга барчасини бир вақтда киритиш уларнинг таъсирини (статистик аҳамиятини) йўққа чиқаради. Чунки, бу ерда мазкур ўзгарувчиларнинг ўзаро мультиколлинеарлик муаммоси юзага келади. Агар, моделда омиллар ўзаро коллинеар бўлса, у ҳолда улар бир-бирини такрорлайди ва улардан бирини регрессиядан чиқариб ташлаш керак бўлади. Шу жаҳатдан, мазкур тўртта ўзгарувчининг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсирини аниқлаш ва уларнинг барчасини моделда сақлаб қолиш мақсадига бу ўзгарувчилардан бир бутун ўзгарувчи, яъни “ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси” яратиб олинди.

Индекс ўзгарувчисини яратиш учун Асосий компонентлар таҳлили ва фактор таҳлил (Principal component analysis (PCA) and factor analysis) амалга оширилди.

Асосий компонентлар таҳлили ва фактор таҳлил ўзгарувчилар тўпламидаги тузилмани аниқлаш усули бўлиб, регрессия таҳлили изохлаш қийин бўлган кўп сонли ўзгарувчиларни ўз ичига олганда, ўзгарувчилар ўртасидаги боғлиқликни топиш орқали уларни бир тизимга бирлаштирган, фактор деб аталган ўзгарувчини ҳосил қилади. Фактор таҳлилни қўллаш орқали битта фактор бир нечта ўзгарувчини яхшироқ ифодалашини аниқлаш мумкин (Хаир ва бошқалар, 2013; Мацунга, 2010; Мулайк, 2009).

Ўзгарувчиларнинг факторбоплигини аниқлаш учун PCA моделига тавсия этилган барча талаблар текширилди, яъни дастлаб фактор тест ўтказилади. Фактор тест факторга киритилган ўзгарувчиларнинг қайси бири индексда кучлироқ маъно жиҳатга эгаллигини, уларнинг фактор бўлаолишини кўрсатиб беради.

Фактор тест натижалари:

биринчидан, КМО (Kaiser-Meyer-Olkin) тести ўзгарувчилар орасида ўзаро боғланиш борлигини текшириб беради, унинг минимал талаби 0.5 дан кичик бўлмаслиги керак (Кайзер, 1974). Бизнинг натижамиз 0.576 га тенг;

иккинчидан, Бартлетт тести (Bartlett test of sphericity) боғлиқликни аниқлашда гипотеза қуйиб текширади ва уни рад этиш мумкин бўлганда фактор қилиш мумкин (Бартлетт, 1951). Масалан, H_0 : ўзгарувчилар ўзаро боғланмаган. Тест натижаси (p -value=0,000) статистик жиҳатдан

аҳамиятли. Шунинг учун биз H_0 гипотезани рад этамиз.

учинчидан, корреляция матрицасининг аниқловчиси (Determinant of the correlation matrix) тести ҳам ўзаро боғлиқликни билдиради ва фактор таҳлил қилиш (яхши модел) учун R-matrix детерменанти 0.00001 дан катта бўлиши керак (Филд, 2005). Бизнинг натижамиз 0.401 га тенг;

Юқоридаги барча талаблар бажарилганлиги учун фактор таҳлил қиламиз. Олинган натижага кўра, Хусусий қиймат (Eigenvalue) барча ўзгарувчилар бўйича умумий дисперсиянинг қанча қисми фактор билан изоҳланишини билдиради. Фактор таҳлилни давом эттириш учун Хусусий қиймат ҳар доим 1 дан катта бўлиши керак (Акок, 2013). Бунда, тўртта фактор яратиб олинди, шундан фақат фактор1да Хусусий қиймат 2.03 га тенг. Бу эса, бизга Бартлетт методига кўра олиб кирилган баҳолаш формуласи билан индекс яратиб олишга имкон беради (Бартлетт, 1937). Бунда, Stata-16 статистик дастурий таъминотидан фойдаланилган.

Фактор таҳлили орқали Бартлетт методи билан яратилган индекснинг стандарт баҳоларини Мин-Макс шкаласи асосида қайта ўрнатиб оламиз. Ушбу ёндашув маълумотларни қатъий белгиланган диапазонда (одатда, 0 дан 1 гача) ўлчаш имконини беради, шунингдек, стандарт четланиш қиймати кичиклашади. Мин-Макс шкаласи одатда қуйидаги тенглама орқали амалга оширилади.

$$X_{\text{norm}} = \frac{X - X_{\text{min}}}{X_{\text{max}} - X_{\text{min}}} \quad (1)$$

Мазкур тадқиқотда ўзгарувчиларнинг тасвирий статистикаси таҳлили ва боғлиқ ўзгарувчига мустақил ўзгарувчилар таъсирининг кўп омилли регрессия таҳлили ўтказилган.

Кўп омилли регрессия таҳлилинини амалга оширишда шакллантирилган

$$LI_DEMAND = \beta_0 + \beta_1 X_{\text{income}} + \beta_2 X_{\text{consumption}} + \beta_3 X_{\text{income}}^2 + \beta_4 X_{\text{index}} \quad (2)$$

бу ерда: LI_DEMAND - ҳаёт суғуртасига бўлган талаб (суғурта суммаси); β_0 - кесишиш нуқтаси (*intercept*); β_1 , β_2 , β_3 , β_4 - коэффицентлар; X_{income} - йиллик даромад; $X_{\text{consumption}}$ - йиллик истеъмол харажати; X_{income}^2 - йиллик даромаднинг квадрати; X_{index} - ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси.

Бу модел ўзгарувчилар ўртасидаги эгри чизиқли муносабатларни ҳисобга олишдан ташқари, маълумотлар тўпламига энг мос келадиган парабола тенгламасини топиш учун ишлатилади.

Суғурталанувчиларнинг даромади қанчалик катта ёки кичик бўлишидан қатъий назар истеъмол харажатларининг ўзгариши шу даромадларини ҳаёт суғуртасида жамғаришига таъсир қилади. Шу жиҳатдан, тадқиқотимизда истеъмол

бирламчи эконометрик моделнинг математик ифодаси (2) формулада келтирилган бўлиб, у энг кичик квадратлар (Ordinary Least Squares (OLS)) усулига асосланган полиномиал регрессия моделидир:

харажатларини қўшимча инструментал ўзгарувчи сифатида моделга олиб кириш имконини берадиган икки босқичли энг кичик квадратлар (Two-Stage Least Squares (2SLS)) усулига асосланган модел орқали бирламчи моделimiz (2) натижаларини ишончлилигини текширамыз ва маълумотлар тўпламимизга мос моделни аниқлаймыз.

Инструментал ўзгарувчи ёндашуви моделimizга инструмент киритиш орқали бир қанча муаммоларни ҳал қилиб, бу бизга моделлаштиришда мукамал ва аниқроқ натижани беради. Бунинг учун икки босқичли (2SLS) регрессия тенгламасини амалга оширамыз.

$$LI_DEMAND = \beta_0 + \beta_1 X_{\text{income}} + \beta_2 X_{\text{index}}$$

$$X_{\text{income}} = \gamma_0 + \gamma_1 Z_{\text{consumption}} + \gamma_2 X_{\text{index}} \quad (3)$$

Мазкур моделни қўллаш учун баҳолашдан кейинги бир нечта тестлар ўтказилади ва тест натижалари мувофиқ бўлгандагина бу моделни қўллаш аҳамиятли ҳисобланади. Биринчи тест,

Инструментал ўзгарувчининг биринчи босқичдаги регрессияси кўрсатаптики, даромад ва истеъмол харажатлари ўртасида боғлиқлик ижобий ва статистик жиҳатдан аҳамиятли (2-жадвалга қаранг).

Бу, истеъмол даражаси ошганда даромад ҳам ошишини англатади. Иккинчи тест, "Anderson-Rubin Wald test" натижаси ҳам ($p\text{-value}=0.000$) статистик жиҳатдан аҳамиятли. Учинчи тест, "Cragg-Donald Wald" F- статистика қиймати 10 дан катта бўлиши керак ва бизнинг ҳолатимизда бу 1425 га тенг).

Натижалар. Тасвирий статистика. Сўровномада 19 ёшдан 60 ёшгача бўлган респондентлар иштирок этган бўлиб, уларнинг ўртача ёши 36 ёшни, жами респондентларнинг 64 фоизи эркакларни ташкил этган. Респондент (суғурталанувчи)ларнинг ўртача ойлик даромади 6,5 млн. сўмни, ўртача истеъмол харажатлари 3,9 млн. сўмни, ҳаёт суғуртасига эҳтиёжи (суғурта суммаси) эса, ўртача 31,6 млн. сўмни ташкил қилади. Респондентларнинг ўртача истеъмол даражаси 63,0 фоиз

бўлиб, бу уларнинг даромади истеъмолини тўлиқ қондирганидан эмас, балки, уларнинг жамғаришга мойиллиги юқори даражада эканлигини ифодалайди. Респондентларнинг 78 фоизи кўшимча даромадга эга бўлганда ҳам молиявий хизматлар орасидан фақат ҳаёт суғуртасини танлайди, 81 фоизи суғурта хизматларидан мамнун, 54 фоизи ҳаёт суғуртасидан такрор фойдаланмоқда, 83 фоизи ўзлари фойдаланган суғурта маҳсулотини бошқаларга ҳам тавсия эта олади. Мазкур кўрсаткичларни умумлаштириш асосида яратилган индексга кўра, респондентларнинг 80 фоизи ҳаёт суғуртасидан қониқиш даражасига эга.

Қуйидаги жадвалда ўзгарувчиларнинг тасвирий статистикаси келтирилган.

1-жадвал.

Ўзгарувчиларнинг тасвирий статистикаси

Ўзгарувчи	Кузатувлар	Ўртача қий.	Стан. Чет.	Минимум	Максимум
Ёши	535	35,8	7,33	19	60
Жинси	535	0,64	0,48	0	1
Ойлик даромади	535	6497,2	4142,6	1500	27000
Истеъмол харажати	535	3881,3	2319,1	0	15000
Истеъмол даражаси	535	63,0	19,0	0	100
Суғурта суммаси	535	31622,4	31864,1	3000	180000
Ҳаёт суғуртасига мойиллиги	535	0,78	0,41	0	1
Ҳаёт суғуртасидан мамнунлиги	535	0,81	0,39	0	1
Ҳаёт суғуртасидан такрор фойдаланиш даражаси	535	0,54	0,45	0	1
Ҳаёт суғуртасини бошқаларга тавсия этиш даражаси	535	0,83	0,21	0	1
Ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси	535	0,80	0,29	0	1

Регрессия натижалари

2-жадвалда юқорида муҳокама қилинган икки модел, OLS ва 2SLS моделлари бўйича амалга оширилган регрессия натижалари келтирилган.

"White" тестни қўллаш орқали "гетероскедастиклик" муаммоси текшириб кўрилди ҳамда муаммони бартараф этиш мақсадида "robust" спецификацияси танланди (Грин, 2008).

2-жадвал.

Регрессия натижалари

Ўзгарувчилар	OLS ^R	Инструментал ўзгарувчи регрессияси	
		2SLS ^R	X _{income} нинг биринчи босқич регрессияси ^R
X _{income}	1.36 *** (0.078)	0.273 *** (0.033)	
X _{income} ²	-1.81e-06 *** (1.99e-07)		
X _{consumption}	-0.975 *** (0.064)		1.52*** (0.054)
X _{index}	889.81 ** (304.4)	1781.7 ** (375.8)	7806.7*** (347.0)
_cons	-12815.4*** (3268.2)	8908.3 ** (3702.7)	618.8** (367.2)
Кузатувлар сони	535	535	535
R-квадрат	0.69	0.49	0.49
F-статистика	104.4***	34.2***	803.1 ***
Cragg-Donald Wald F-статистика		1425.48	
Anderson-Rubin Wald test (p-value)		57.46 (0.000)	
		Инструментланган: Income Инструментлар: Index Consumption	

^R - «Robust» стандарт хатоликлар кавсда (ϵ) берилган.
 *** - аҳамиятлилик даражаси $p < 0.01$ (99%); ** - аҳамиятлилик даражаси $p < 0.05$ (95%);
 * - аҳамиятлилик даражаси $p < 0.1$ (90%)

Юқоридаги моделларнинг маълумотларини таҳлил қиладиган бўлсак, дастлабки ҳолат, яъни полиномиал кўринишдаги OLS натижалари регрессия тенгламасининг 1% ли муҳимлилик даражасида (F-статистиканинг p-қиймати 0.01 дан кичик) статистик жиҳатдан аҳамиятлилигини кўрсатди. Детерминация коэффиценти 0,69 ёки моделдаги мустақил ўзгарувчиларнинг ўзгариши боғлиқ ўзгарувчининг ўзгаришини 69 % га тушунтириб беради. Шунингдек, мустақил ўзгарувчиларнинг боғлиқ ўзгарувчига таъсири статистик жиҳатдан 99% (коэффициентлар t-

статистикасининг p-қиймати 0.01 дан кичик) аҳамиятли.

Асосий мустақил ўзгарувчи даромад ҳаёт суғуртасига бўлган талабга эгри чизикли таъсир кўрсатади. Масалан, суғурталанувчининг йиллик даромади одатда 120 млн. сўм бўлганда, даромаднинг 1 млн. сўмга ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган талабнинг 928 минг сўмга ошишига, йиллик даромад 240 млн. сўм бўлганда эса, даромаднинг 1 млн. сўмга ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган талабнинг 496 минг сўмга ошишига, аммо, йиллик даромад 400 млн. сўм бўлганда, даромаднинг 1 млн. сўмга ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган

талабнинг 80 минг сўмга камайишига олиб келади. Демак, даромаднинг ошиши маълум бир чегарагача ҳаёт суғуртасига бўлган талабни оширади ва ундан сўнг камайишига олиб келади. Бизнинг ҳолатимизда йиллик даромаднинг бу чегараси (параболанинг учи, $(-b/2a = -1,36/2 * (-1.81e-06))$) 375,7 млн. (ўртача ойлик 31,3 млн.) сўмни ташкил этади.

Истеъмол харажатлари ҳаёт суғуртасига бўлган талабга салбий таъсир қилади, чунки, истеъмол даражасини таъминлаш жамғаришга бўлган мойилликни пасайтиради. Истеъмол харажатларининг 1 млн. сўмга ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган талабни 975 минг сўмга камайтиради.

Худди шунингдек, суғурталанувчиларнинг ҳаёт суғуртасидан мамнунлиги, унга мойиллиги, такрор фойдаланиш даражаси ва ҳаёт суғуртасини бошқаларга тавсия этишини яхлит акс эттирувчи “ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси” ҳаёт суғуртасига бўлган талаб билан ижобий алоқадорликда бўлиб, унинг бир бирликка (0,01 пунктга) ўзгариши ҳаёт суғуртаси суммасини 890 минг сўмга оширади.

Иккинчи ҳолат, инструментал ўзгарувчи ёндашуви асосида 2SLS модели бўйича амалга оширилган регрессия натижалари ҳам статистик жиҳатдан аҳамиятли бўлиб, у бизга янада аниқроқ натижани беради. Бунда, даромаднинг бир бирликка ошиши ҳаёт суғуртасига бўлган талабнинг 0,273 бирликка ошишига олиб келади. Шунингдек, ҳаёт суғуртасидан қониқиш индексининг бир бирликка (0,01 пунктга) ўзгариши ҳаёт суғуртаси суммасини 1 782 минг сўмга оширади.

Мунозара. Ҳаёт суғуртаси хизматларига бўлган талабга таъсир

этувчи омилларни таҳлил қилиш халқаро суғурта амалиётида кўп йиллар давомида ўрганилаётган тадқиқот мавзусидир. Шу сабабдан, ҳаёт суғуртасига бўлган талабни назарий ва эмпирик ўрганиш адабиётларда кенг муҳокама қилинган. Дастлабки тадқиқотларда ҳаёт суғуртасига бўлган талабни аниқлаш учун турли демографик ва иқтисодий омиллардан фойдаланилган, кейинги тадқиқотларда эса, ижтимоий ва психологик омилларга аҳамият берилган (Браун ва бошқалар, 2000; Уорд ва Зурбруегг, 2002; Бек ва Уэбб, 2003).

Хаммонд ва бошқалар (1967) ҳаёт суғуртасига бўлган талабга иқтисодий ва демографик омилларнинг таъсирини регрессион таҳлил қилиш орқали ўрганган. Улар даромад, шахсий активлар, умр кўриш давомийлиги, таълим ва бандлик каби омилларнинг ҳаёт суғуртаси истеъмолига сезиларли таъсир қилишини аниқладилар.

Нойманн (1969) инфляциянинг ҳаёт суғуртаси истеъмолига таъсирини 1946-1964 йиллар учун вақтли қатор регрессиясидан фойдаланган ҳолда тадқиқ қилди. Бунда, сохта корреляцияни олдини олиш учун даромад, никоҳлар сони, туғилиш ва шаҳар уй хўжаликлари каби ўзгарувчилардан фойдаланган. Натижада, инфляциянинг ҳаёт суғуртасига таъсири йўқлиги аниқланган.

Берексон (1972) 1969 йил учун ёш, оилавий ҳолат, молиявий жавобгар бўлган фарзандлари сони, жами даромад, “оилада нечанчи фарзанд эканлиги (тартиби)” ва ота-онанинг ажрашганлиги каби ўзгарувчиларнинг ҳаёт суғуртаси истеъмолига таъсирини регрессион таҳлил қилган. Ёш, фарзандлар сони ва “оилада нечанчи фарзанд эканлиги (тартиби)” ҳаёт суғуртасига бўлган талабга кучли таъсир қилади,

даромаднинг таъсири айрим сўровномалар учун аҳамиятли эмас ва бошқалари учун аҳамиятли.

Фортун (1973) 1964 йилдан 1971 йилгача бўлган даврда ҳаёт суғуртаси истеъмолига таъсир этувчи омилларни кўп омилли регрессион таҳлилдан фойдаланган ҳолда ўрганган. Кўп омилли регрессия таҳлили натижасига кўра, иш ҳақи, дисконлаш ставкаси ва истеъмолчи ишончи каби ўзгарувчиларнинг ижобий таъсири аниқланди.

Андерсон ва Невин (1975) 1968-1971 йиллар оралиғида ёш эр-хотинлар ўртасида сўровнома ўтказиб, янги турмуш қурганларнинг ҳаёт суғуртасини сотиб олиш хулқ атворини тадқиқ қилган. Улар 20 та мустақил ўзгарувчилардан ва 3 та боғлиқ ўзгарувчилардан (ҳаёт суғуртаси мукофотига харажатлари, сотиб олинган ҳаёт суғуртаси миқдори, сотиб олинган ҳаёт суғуртаси турлари) фойдаланган. Улар қуйидаги олти мустақил ўзгарувчилар сотиб олинган ҳаёт суғуртаси миқдорини тушунтиришда статистик аҳамиятга эга эканлигини аниқладилар: таълим, уй хўжаликларининг жорий даромади, уй хўжаликларининг қутилаётган даромади, уй хўжаликларининг соф қиймати, никоҳдан олдин эрнинг суғуртаси ва никоҳдан олдин хотинининг суғуртаси. Мустақил ўзгарувчиларнинг учтаси сотиб олинган ҳаёт суғуртаси турини тушунтиришда муҳим аҳамиятга эга: соф капитал, турмуш қуришдан олдин хотинининг суғурта портфели, суғурта агентининг таъсири.

Бёрнетт ва Палмер (1984) демографик ва психологик ўзгарувчиларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсирини таҳлил қилади. Улар психологик ўзгарувчилар иш этикаси, фатализм, социализмни афзал

кўриш, динга мансублик ва ўзига ишонч ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир этувчи энг муҳим омиллар эканлигини кузатишади. Бундан ташқари, таълим, болалар сони ва даромад энг яхши демографик омиллар эканлиги аниқланди.

Труэтт ва Труэтт (1990) вақтли қатор регрессиясини қўллаб, Мексика ва АҚШдаги ҳаёт суғуртасига бўлган талабни таққослайдилар. Натижада, улар ёш, таълим ва даромад даражаси ҳаёт суғуртаси истеъмоли билан ижобий боғлиқликка эга бўлган таъсир этувчи омиллар эканлигини аниқладилар. Бундан ташқари, уларнинг таъкидлашича, ҳаётни суғурталашга бўлган талабнинг даромадга эгилувчанлиги Мексикада анча юқори.

Браун ва Ким (1993) ҳаёт суғуртасига бўлган талабнинг ўзгаришига таъсир этувчи омилларни давлатлар кесимида, 1980 йилдан 1987 йилгача бўлган давр учун регрессион таҳлил асосида тадқиқ этдилар. Бунда, қарамлик коэффициенти, даромад ва ҳукуматнинг ижтимоий ҳимоя харажатлари ҳаёт суғуртаси истеъмолига ижобий, инфляция, суғуртанинг баҳоси ва дин салбий таъсир этиши кўзатилди. Бироқ, таълим ва умр кўриш давомийлиги ўзгарувчиларининг таъсири статистик жиҳатдан аҳамиятсиз бўлди.

Бек ва Уэбб (2003) 68 мамлакат иқтисодиётида 1961-2000 йиллар учун панел маълумотлардан фойдаланиб, ҳаёт суғуртасига бўлган талабни аниқловчи омилларни ўрганадилар. Натижада, улар инфляция, аҳоли жон бошига даромад, банк сектори ривожланиши каби иқтисодий кўрсаткичлар ҳамда диний ва институционал кўрсаткичлар ҳаёт суғуртаси истеъмолидаги энг муҳим ўзгарувчилар эканлигини, таълим, умр

кўриш давомийлиги, ёшларга қарамлик даражаси, ижтимоий ҳимоя тизимининг ҳажми эса таъсир этмаслиги аниқланган.

Хван ва Гринфорд (2005) Хитой, Гонконг ва Тайванда ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир этувчи омилларни тадқиқ қилдилар. Уларнинг аниқлашича, даромад, таълим ва иқтисодий ўсиш ҳаёт суғуртасига бўлган талабга нисбатан ижобий таъсирга эга. Ижтимоий тузилма ва битта фарзанд сиёсати ҳаёт суғуртаси истеъмолига салбий таъсир кўрсатади. Бироқ, ижтимоий ҳимоя ва нарх ҳаёт суғуртасига бўлган талабга аҳамиятли таъсирга эга эмас.

Ли ва бошқалар (2007) ИХТТ (OECD)нинг 30 та мамлакатлари кесимидаги (cross section) маълумотлардан фойдаланиб, 1993 йилдан 2000 йилгача бўлган даврда ҳаёт суғуртаси истеъмолини таҳлил қилдилар. Улар даромад, қарамоғидагилар сони, таълим даражаси, молиявий ривожланиш ва рақобат даражасининг ҳаёт суғуртаси истеъмолига ижобий боғлиқлигини тасдиқладилар. Бироқ, умр кўриш давомийлиги, ижтимоий ҳимоя харажатлари, инфляция, реал фоиз ставкалари ИХТТ мамлакатларида ҳаёт суғуртаси истеъмолини камайтиради.

Челик ва Каяли (2009) Европанинг 31 та давлати учун вақтли қатор маълумотлари асосида 2000-2006 йиллар мобайнида ҳаёт суғуртасига бўлган талабга даромад, таълим, аҳоли сони ва инфляциянинг таъсирини ўрганган. Ҳаётни суғурталашга таъсир қиладиган энг муҳим ўзгарувчи даромад эканлиги аниқланган. Бироқ, таълим даражаси билан боғлиқ натижалар олдинги тадқиқотлардан фарқли ҳолда салбий муносабатлар мавжудлигини кўрсатади. Бундан ташқари, инфляция даврларида ҳаётни суғурталашга бўлган талаб

камаяди, буни умумий адабиётлар ҳам тасдиқлайди.

Махдзан ва Викториан (2013) Малайзиядаги йирик ҳаёт суғуртаси компанияларининг суғурта қилдирувчилари орасида ҳаётни суғурталашга бўлган талабни белгиловчи омилларни уч гуруҳга (ижтимоий-демографик, жамғариш мотивлари, молиявий саводхонлик) бўлиб ўрганган. Амалга оширилган регрессион таҳлил натижаларига кўра, ижтимоий-демографик ва жамғариш (эҳтиёткорлик, бойлик тўплаш, мерос қолдириш, ҳаёт цикли) мотивларининг ҳаёт суғуртасига бўлган талабга сезиларли даражада боғлиқлиги, аммо, молиявий саводхонликнинг таъсири эса аҳамиятсиз эканлиги аниқланди.

Сонг ва бошқалар (2019) мавжуд тадқиқотлардаги бўшлиқни “ўз-ўзини ҳурмат қилиш, рискларни қабул қилиш ва оила аъзоларининг ўлимини бошдан кечириш” каби психологик омилларни ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсирини ўрганиш орқали тўлдирди. Ўзининг эконометрик моделида психологик омилларнинг таъсирини вазият омиллар (уй хўжалиги даромади, жамғармалари, оилавий ҳолати ва оила аъзолари сони) билан биргаликда текширганда яхшироқ натижага эришган. Яъни, оилада ўлимни бошдан кечириш ва ҳаёт суғуртасига талаб ўртасида ижобий боғлиқлик мавжудлиги топилди.

Ушбу тадқиқотларнинг натижалари улардаги тадқиқот саволларига, маълумотлар тўплами ёки қўлланилган методологияга боғлиқ равишда фарқланиши мумкин. Ўзгарувчиларининг таъсири ижобий, салбий ёки аҳамиятсиз муносабатни ифодалайди.

Хулоса. Тадқиқот натижалари шуни кўрсатдики, суғурталанувчиларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талаби бир қанча омиллар, яъни уларнинг даромади, истеъмол даражаси, ҳаёт суғуртаси хизматларидан қониқиши билан боғлиқ. Бироқ, ҳозирча, респондентларнинг ёши, жинси ва таълим даражаси уларнинг ҳаёт суғуртасига бўлган талабига боғлиқ эмаслиги аниқланди.

Ушбу тадқиқотни Ўзбекистонда ҳаёт суғуртасига бўлган талабга таъсир этувчи омиллар ўрганилган дастлабки тадқиқот деб ҳисоблаш мумкин. Аммо, тадқиқот натижалари фақатгина ҳаёт суғуртаси компанияларининг суғурта қилдирувчиларига тааллуқли бўлиб, уни бутун аҳоли учун умумлаштириш мумкин эмас. Чунки, суғурталанувчи бўлмаган аҳолининг ҳаёт суғуртасига бўлган талаби бошқа бир қатор омиллар (ҳаёт суғуртасидан хабардорлиги, суғурта маданияти, ишонч, инфляция, валюта курсининг нобарқарорлиги)га боғлиқ.

Умумий хулоса қилганда, биринчидан, даромад даражаси ҳаёт суғуртасига бўлган талабга эгри чизиқли таъсир кўрсатади. Бу натижа Ши ва бошқаларнинг (2015) натижалари билан мос келади. Респондентларнинг ўртача ойлик даромад 31,3 млн. сўмга етгунга қадар уларнинг ҳаёт суғуртасига талаби ошиб боради ва ундан сўнг камаёди. Буни шундай тушунтирамизки, мамлакатимизда молиявий инвестиция воситалари етарлича ривожланмаганлиги сабабли, суғурталанувчилар ҳаёт суғуртасида жамғаришга ва солиқ

имтиёзларидан фойдаланишга мойил бўладилар. Аммо, уларнинг даромадлари (ёки жамғармалари) маълум бир даражага етганда, юқори даромадли (йирикроқ) бизнесга ёки мол-мулкка инвестиция киритишади. Ҳаёт суғуртасида жамғариш узоқ муддатли бўлганли учун юқори даромадли респондентларнинг талаби пасайиб боради.

Иккинчидан, тадқиқот натижаларига кўра, истеъмол харажатларининг ошиши ҳаётни суғурталашга бўлган талабга салбий таъсир кўрсатади. Шунингдек, инструментал ўзгарувчи ёндашуви асосида даромаддаги ўзгаришда истеъмол харажатларининг таъсирини ҳисобга олиш орқали ҳаёт суғуртасига бўлган талабнинг даромадга боғлиқлигини баҳолаш янада аниқроқ натижани берди.

Учинчидан, ҳаёт суғуртасига бўлган талабга психологик ва ҳиссий омиллар ҳам таъсир қилади (Канеман ва Тверски, 1979). Бизнинг натижаларимиз шундан иборатки, респондентларнинг ҳаёт суғуртаси хизматларидан мамнунлиги, мойиллиги, такрор фойдаланиши ва бошқаларга тавсия этиши каби психологик ва ҳиссий жиҳатлари ҳаёт суғуртаси истеъмолини рағбатлантиради. Аммо, уларнинг умумий таъсирини аниқлаш учун фактор таҳлил амалга оширилди ва ҳаёт суғуртасидан қониқиш индекси яратиб олинди. Мазкур индекснинг ошиб бориши ҳаёт суғуртасига бўлган талабга ижобий таъсир қилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 2 августдаги “Ўзбекистон Республикасининг суғурта бозорини ислоҳ қилиш ва унинг жадал ривожланишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4412-сонли қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 23 октябрдаги “Суғурта бозорини рақамлаштириш ва ҳаёт суғуртаси соҳасини ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-5265-сонли қарори.
3. Acock, Alan C. (2013). *Discovering structural equation modeling using Stata*. Stata Press Books.
4. Anderson, D.R., Nevin, J.R. (1975). Determinants of Young Marrieds’ Life Insurance Purchasing Behavior: An Empirical Investigation. *The Journal of Risk and Insurance*, vol. 42, No. 3, pp. 375-387.
5. Bartlett, M.S. (1937) The statistical conception of method factors. *British Journal of Psychology*. Vol. 28, pp. 97-104.
6. Bartlett, M.S. (1951). The effect of standardization on a Chi-square approximation in factor analysis. *Biometrika*, 38: 337-344. doi: 10.1093/biomet/38.3-4.337
7. Beck, T., Webb, I. (2003). Economic, Demographic and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries. *The World Bank Economic Review*, Vol. 17, No. 1, pp. 51-88.
8. Berekson, L.L. (1972). Birth Order, Anxiety, Affiliation and the Purchase of Life Insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 39, No. 1, pp. 93-108.
9. Browne, M.J., Kim, K. (1993). An International Analysis of Life Insurance Demand. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 60, No. 4, pp. 616-634.
10. Browne, M.J., Chung, J., Frees, E.W. (2000). International property-liability insurance consumption. *J. Risk Insurance*, 7, 3–90.
11. Burnett, J.J., Palmer, B. A. (1984). Examining Life Insurance Ownership through Demographic and Psychographic Characteristics. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 51, No. 3, pp. 453-467.
12. Çelik, S., & Kayali, M.M. (2009). Determinants of demand for life insurance in European countries. *Problems and perspectives in management*, (7, Iss. 3), 32-37.
13. Fortune, P. (1973). A Theory of Optimal Life Insurance: Development and Test. *The Journal of Finance*, Vol. 28, No. 3, pp. 587-600.
14. Field, A.P. (2005). *Discovering statistics using SPSS (2nd edition)*. London: Sage.
15. Green, W.H. (2008). *Econometric Analysis (6th ed.)* New Jersey: Prentice Hall.
16. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2013). *Multivariate data analysis. A global perspective (7th ed.)*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
17. Hammond, J.P., Houston, D.B., Melander, E.R. (1967). Determinants of Household Life Insurance Premium Expenditures: An Empirical Investigation. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 34, No. 3, pp. 397-408.
18. Hwang, T., Greenford, B. (2005). A Cross-Section Analysis of The Determinants of Life Insurance Consumption in Mainland China, Hong Kong, and Taiwan. *Risk Management and Insurance Review*, Vol. 8, No. 1, pp. 103-125.

19. Kaiser, Henry F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39:31-36. doi: 10.1007/BF02291575
20. Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, vol. 47 (2), 263–292.
21. Li, D., Moshirian, F., Nguyen, P. & Wee, T. (2007). The Demand for Life Insurance in OECD Countries. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 74, No. 3, p. 637-652.
22. Matsunga, M. (2010). How to factor-analyze your data right: Do's and don'ts and how to's. *International Journal of Psychological Research*, 3(1), 97–110.
23. Mahdzan, N.S., & Victorian, S.M.P. (2013). The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy. *Asian Social Science*, 9(5), pp. 274-284.
24. Mulaik, S.A. (2009). Foundations of factor analysis (2nd ed.). London: Chapman & Hall.
25. Neumann, S. (1969). Inflation and Saving through Life Insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 36, No. 5, pp. 567-582.
26. Song, I.J., Park, H., Park, N. et al. (2019). The effect of experiencing a death on life insurance ownership. *Journal of Behavioral and Experimental Finance* Vol. 22, pp. 170-176.
27. Shi, Xiaojun & Wang, Hung-Jen & Xing, Chunbing (2015). The role of life insurance in an emerging economy: Human capital protection, assets allocation and social interaction. *Journal of Banking & Finance*, Elsevier, vol. 50, pp. 19-33. doi: 10.1016/j.jbankfin.2014.08.028
28. Toshmurzaevich, Y.O. (2020). Developing the Underwriting Process in Life Insurance. *European Journal of Business and Management Research*, 5(6). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.6.657>
29. Truett, D.B. & Truett, L.J. (1990). The Demand for Life Insurance in Mexico and the United States: A Comparative Study. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 57, pp. 321-328.
30. Ward, D., Zurbruegg, R. (2002). Law, politics and life insurance consumption in Asia. *Geneva Papers Risk Insurance-Issues Practice*, 27 (3), 395–412.