



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА УЗБЕКИСТАНА

Усманова Азиза Бахтиер кизи

Aziza.b2507@gmail.com

ORCID: 0009-0007-1488-9989

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития цифровых страховых продуктов для туристического рынка Узбекистана. Проанализированы основные направления цифровизации туристического страхования, включая встроенное страхование, модульные полисы, мобильные сервисы и автоматизированное урегулирование страховых случаев. Определены основные ограничения и предложены практические направления дальнейшего развития цифровых страховых услуг.

Ключевые слова: цифровое страхование, туристическое страхование, страховые продукты, туризм, встроенное страхование, модульный полис, цифровые платформы, Узбекистан.

Развитие туристического рынка Узбекистана сопровождается ростом спроса на современные страховые продукты, способные обеспечивать оперативную и доступную защиту туристов. В 2025 году Узбекистан посетили около 11,7 млн иностранных туристов, что на 46,8 % больше, чем годом ранее [1]. Увеличение туристических потоков формирует дополнительную потребность в цифровых страховых решениях, охватывающих медицинские расходы, отмену и задержку поездок, потерю багажа и другие риски.

В этих условиях перспективным направлением становится развитие цифровых страховых продуктов, основанных на мобильных приложениях, онлайн-оформлении полисов, персонализации страхового



покрытия, автоматизированном урегулировании и интеграции страхования с туристическими платформами. Для Узбекистана развитие таких продуктов имеет особое значение, поскольку позволяет повысить доступность страховой защиты, улучшить качество обслуживания туристов и расширить участие страховых компаний в формирующейся цифровой туристической экосистеме.

В научной литературе развитие цифровых страховых продуктов рассматривается как результат интеграции страховых технологий, цифровых каналов продаж и персонализированного обслуживания клиентов. И. Шермаматова отмечает, что цифровизация страхового рынка Узбекистана способствует расширению онлайн-сервисов и мобильных решений, одновременно повышая требования к кибербезопасности и качеству цифровой инфраструктуры [2]. Л.М. Ташпулатова и Ф.Б. Суюнова подчёркивают активное развитие цифровых инструментов в туристической отрасли Узбекистана, включая мобильные технологии и инфраструктуру «умного туризма» [3]. В свою очередь, К. Pandieswari и соавторы показывают, что развитие туризма и цифрового маркетинга способствует повышению интереса потребителей к туристическим страховым продуктам [4]. Таким образом, дальнейшее развитие цифрового туристического страхования требует интеграции страховых и туристических цифровых сервисов.

Развитие цифровых страховых продуктов для туристического рынка Узбекистана имеет объективную экономическую основу. В 2025 году страну посетили 11,7 млн иностранных туристов, что на 46,8 % больше, чем годом ранее. Одновременно 7,6 млн граждан Узбекистана выезжали за рубеж с туристическими целями, причём данный показатель вырос на 22,2 % [5; 6]. Такая динамика означает расширение потенциальной клиентской базы туристического страхования как во въездном, так и в выездном сегментах.

Дополнительные возможности создаёт цифровая трансформация самого туристического рынка. С 1 июня 2025 года государственные электронные системы и платформы в сфере туризма предусматривается развивать в рамках Единой национальной туристической платформы [7]. Кроме того, в Узбекистане прорабатывается интеграция местных туроператоров и гостиничных сетей с крупными международными цифровыми платформами, включая глобальные системы онлайн-бронирования [8]. Это создаёт инфраструктурную основу для включения страхового продукта непосредственно в цифровой маршрут туриста.

Наиболее перспективными для рынка Узбекистана представляются несколько типов цифровых страховых продуктов. Для выездного туризма целесообразно развивать электронные полисы медицинского страхования с круглосуточной цифровой поддержкой, страхование задержки и отмены авиарейса, потери багажа и отмены поездки. Для въездного туризма перспективны краткосрочные полисы, оформляемые одновременно с бронированием гостиницы, тура или транспортной услуги. Отдельным направлением может стать развитие модульного страхового продукта, при котором турист самостоятельно выбирает необходимые виды покрытия в зависимости от цели, продолжительности и маршрута поездки.

Особое значение имеет переход к модели встроенного страхования. При такой модели туристу не требуется отдельно искать страховую компанию: страховой продукт предлагается непосредственно в момент приобретения авиабилета, бронирования гостиницы или туристического пакета. Для страховых компаний это расширяет каналы продаж, для туристических организаций — повышает комплексность предложения, а для потребителя — сокращает количество отдельных операций при подготовке поездки.

Вместе с тем развитие данного сегмента требует решения ряда системных вопросов. К ним относятся интеграция информационных систем страховщиков с туристическими платформами, формирование единых стандартов обмена данными, обеспечение кибербезопасности, развитие автоматизированного урегулирования убытков и создание специализированных продуктов для различных категорий туристов. Следовательно, перспективы цифрового туристического страхования в Узбекистане связаны не столько с переводом существующих полисов в электронный формат, сколько с созданием новых страховых продуктов, встроенных в цифровую туристическую инфраструктуру страны.

Проведённое исследование показало, что развитие цифровых страховых продуктов для туристического рынка Узбекистана имеет значительный потенциал. Рост въездного и выездного туризма, расширение цифровых каналов обслуживания и формирование национальной туристической инфраструктуры создают условия для перехода от традиционных страховых продуктов к более гибким, персонализированным и интегрированным решениям. Наиболее перспективными направлениями являются встроенное страхование, модульные страховые продукты, мобильные сервисы, автоматизированное урегулирование страховых случаев и интеграция страховщиков с туристическими платформами.

Вместе с тем результаты анализа показывают, что дальнейшее развитие цифрового туристического страхования требует устранения ряда ограничений, связанных с недостаточной интеграцией информационных систем, ограниченным ассортиментом специализированных продуктов, отсутствием единого обмена данными и необходимостью усиления кибербезопасности. Исходя из выявленных проблем и перспектив развития рынка, целесообразно предложить следующие практические рекомендации:



1. внедрить механизмы встроенного страхования при покупке авиабилетов, бронировании гостиниц и туристических пакетов;
2. разработать модульные страховые продукты, позволяющие туристу самостоятельно выбирать необходимый набор страховых рисков;
3. обеспечить API-интеграцию страховых компаний с авиакомпаниями, гостиницами, туроператорами и цифровыми туристическими платформами;
4. внедрить автоматизированное урегулирование стандартных страховых случаев, прежде всего при задержке и отмене рейсов, а также потере багажа;
5. расширить использование мобильных приложений для оформления полиса, подачи заявления и получения страховой выплаты;
6. развивать персонализированное страхование с учётом направления, продолжительности и цели поездки;
7. интегрировать цифровые страховые продукты в Единую национальную туристическую платформу Узбекистана;
8. совершенствовать механизмы защиты персональных данных и кибербезопасности при обмене информацией между участниками цифровой туристической экосистемы.

Реализация указанных рекомендаций позволит повысить доступность страховой защиты, расширить охват туристов современными страховыми продуктами и создать условия для устойчивого развития цифрового туристического страхования в Узбекистане.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

- [1] Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. В 2025 году Узбекистан посетили 11,7 миллиона туристов. – 2026.
- [2] Шермаматова И. Цифровизация страховой сферы в Республике Узбекистан // *Green Economy and Development*. – 2024. – № 2(4).



[3] Tashpulatova L.M., Suyunova F.B. Digital Transformation in Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities // *International Journal of Economics and Politics*. – 2024. – Vol. 10, No. 7.

[4] Pandieswari K., Arumugam U., Vengadesh S. Tourism Growth and Digital Marketing of Insurance Products: An Empirical Study // *Shanlax International Journal of Management*. – 2026.

[5] Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. В 2025 году Узбекистан посетили 11,7 миллиона иностранных туристов [Электронный ресурс]. – Ташкент, 2026. – URL: <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/66310-2025->.

[6] Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике. Какие страны посетили больше всего узбекистанцев в 2025 году? [Электронный ресурс]. – Ташкент, 2026. – URL: <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/66400-zbekistonliklar-2025-jilda-eng-k-p-ajsi-davlatlarga-borgan-3>.

[7] Комитет по туризму Республики Узбекистан. Спектр туристических услуг будет активно расширяться [Электронный ресурс]. – Ташкент, 2025. – URL: <https://gov.uz/ru/uzbektourism/news/view/55402>.

[8] Комитет по туризму Республики Узбекистан. Туристические услуги Узбекистана будут продвигаться через глобальную туристическую платформу [Электронный ресурс]. – Ташкент, 2025. – URL: <https://gov.uz/ru/uzbektourism/news/view/39528>.

