

# СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

на 2025-2026 годы

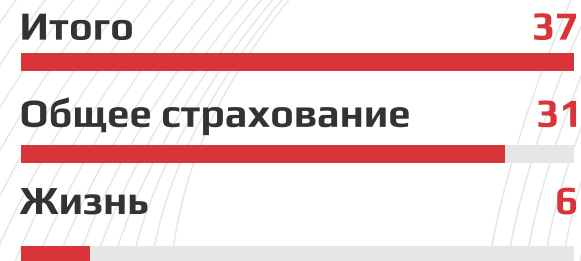
 **ALFA LIFE**  
INSURANCE



# Обзор рынка страхования



## СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ

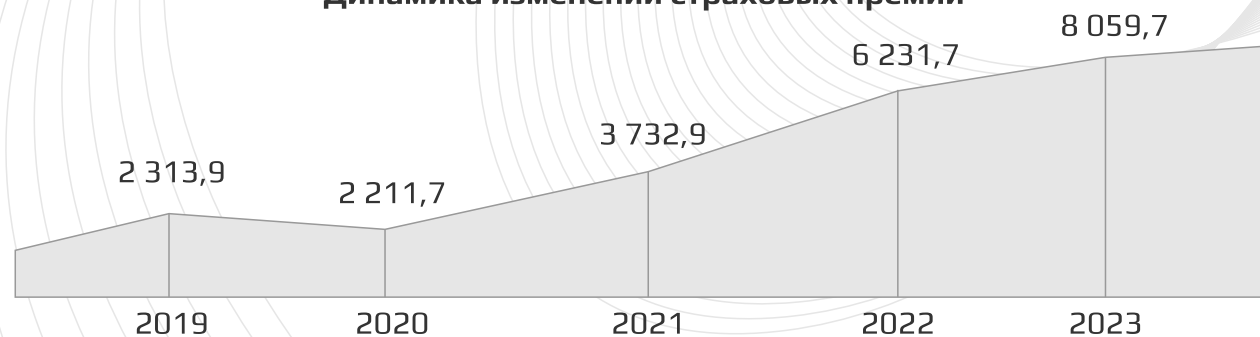


## Показатели

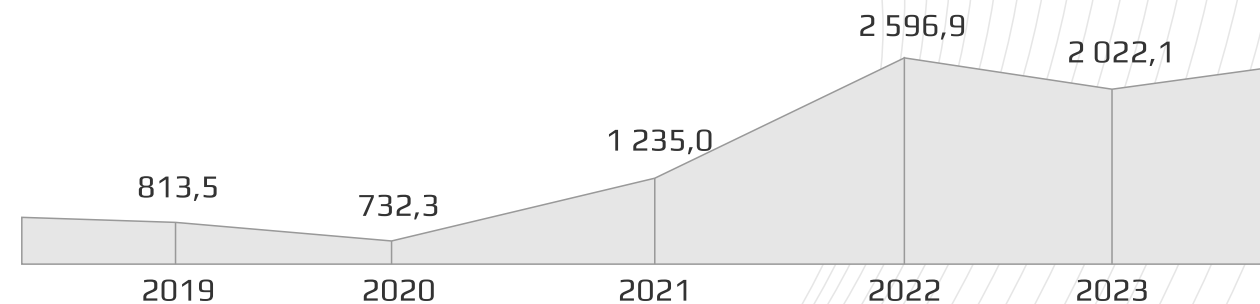


Размер инвестиций в экономику страны 6,1 трлн.

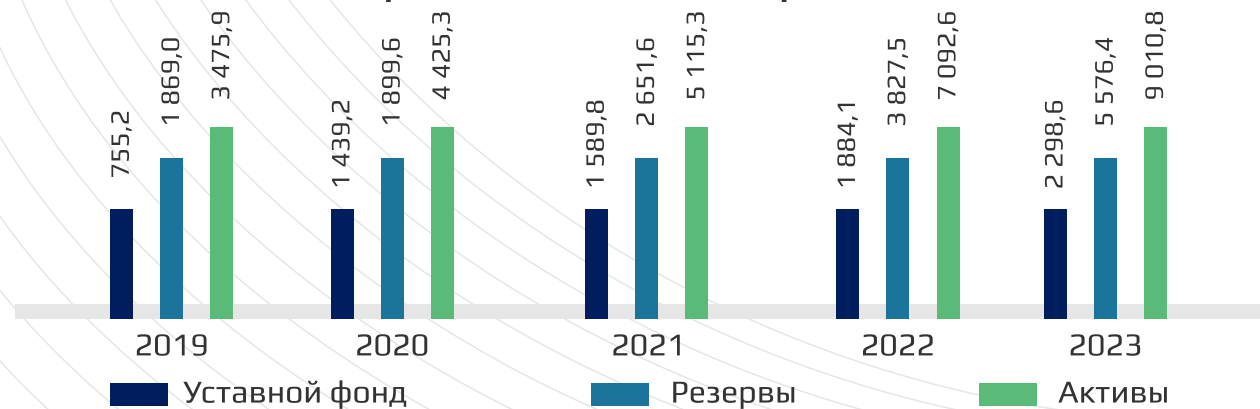
Динамика изменений страховых премий



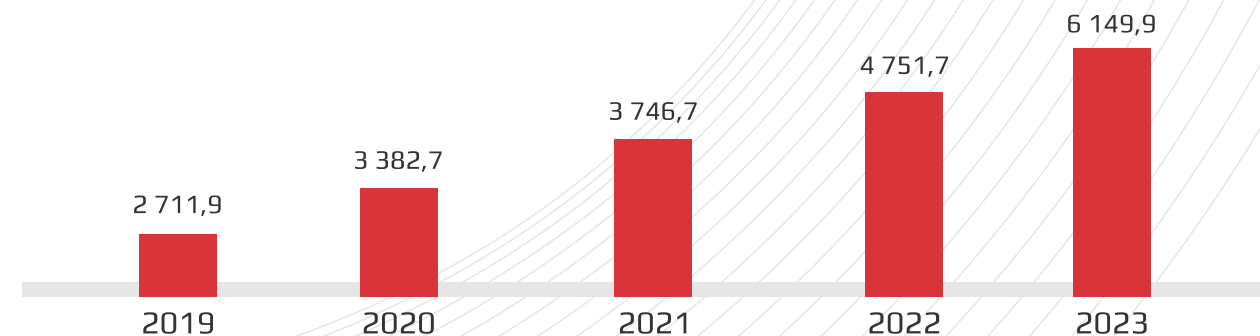
Динамика изменений страховых выплат



Резервы, капитал и активы страховщиков



Размер инвестиций страховщиков



# Состояние рынка страхования жизни.

## Рынок страхования жизни в 2023 году

294,8 млрд. сум  
совокупный УФ;

453,6 млрд. Сум  
совокупный объем  
страховых выплат.

8 страховых  
компаний в отрасли  
страхования жизни;

320 млрд. Сум  
совокупный объем  
сборов страховых  
премий;

## Деятельность компании в 2023 году:

199,5 млн. сум чистая прибыль  
по итогам 2023 года.

39,3 млрд. сум страховых выплат, из них:  
1,6 млрд. сум по обязательному видам;  
37,7 млрд. сум по добровольным видам.

7344 штук заключенных договоров  
страхования, из них: - 20 штук по  
обязательному виду; - 7324 штук  
по добровольным видам.

38,5 млрд. сум сборов страховых  
премий, из них: 2,5 млрд сум по  
обязательным видам; 36 млрд сум  
по добровольному видам.

## Введение:

### Основные задачи

- Повышение финансовой устойчивости;
- Повышение производительности труда;
- Рост и конкурентоспособность;
- Увеличение сборов страховых премий до 80,0 млрд. сум.

### Вызовы на рынке

- отмена налоговых льгот;
- разница в доходности депозитных вкладов для юр.лиц 17%-20% годовых, для физических лиц 22%-27%;
- скудный набор продуктов страхования жизни;
- большие страховые выплаты по договорам страхования жизни, заключенных до отмены льгот, а также отсутствием интереса потребителей пролонгировать действующие договора;
- сильное отставание от банков в сервисе финансовых услуг и в проникновении ИКТ.

### Роль в Экономической Политике страны

Развитие компании синхронизировано с приоритетами экономической политики Республики Узбекистан, включая либерализацию и цифровизацию.

## SWOT анализ компании

### Сильные стороны:

- Опыт и репутация на рынке
- Поддержка материнской компании
- Инновации и цифровая трансформация
- Лояльность кадров

### Угрозы:

- демпинг
- Изменения в законодательстве
- Увеличение страховых рисков
- Отсутствие привлекательности страховых продуктов LIFE для населения

### Слабые стороны:

- Ограниченная узнаваемость бренда
- Зависимость от текущих страховых продуктов
- Финансовая нагрузка на адаптацию технологий
- Не развитая сеть, а также неукomплектованность кадрового состава филиалов
- Низкий уровень компетентности кадров

### Возможности:

- Рост спроса на страхование жизни
- Государственные инициативы и поддержка
- Цифровизация

# Инструменты для развития бизнеса

1

## Развитие и расширение предоставляемых страховых услуг

Акцент и адаптация продуктов под потребности клиентов путем комбинирования страховых продуктов LIFE и NON-life.

2

## Партнёрства с банками и микрофинансовыми организациями

Интеграция страховых продуктов в кредитные предложения банков и микрофинансовых организаций.

3

## Цифровизация процесса продажи и обслуживания

Внедрение онлайн-платформ для продажи полисов и подачи претензий, создание мобильного приложения, внедрения цифровых технологий



4

## Маркетинговая деятельность

---

Увеличения узнаваемости  
бренда и привлечение новых  
клиентов через цифровые  
каналы, сегментация  
целевой аудитории и  
адаптация продуктов

5

## Кадровая политика и развития персонала

---

Сохранение ключевых  
сотрудников, обучение и  
их мотивация

# 1

## Развитие и расширение предоставляемых страховых услуг

### ЭТАПЫ:

# 1

**Ориентация на комбинирование страховых продуктов Life и NON-LIFE:**

Разработка продуктов комбинированного страхования;

# 2

**Гибкость и адаптация страховых продуктов:**

Внедрение гибких условий страхования с возможностью выбора периодичности выплат и изменения условий полисов в зависимости от изменения жизненных обстоятельств клиента. Создание опций для изменения страхового покрытия в процессе действия договора.

# 3

**Цифровизация и улучшение клиентского сервиса:**

Разработка онлайн-платформ для оформления полисов, подачи претензий и управления страховыми услугами через мобильное приложение.

# 4

**Маркетинговые инициативы и повышение осведомленности:**

Проведение информационных кампаний, направленных на повышение осведомленности о важности личного страхования. Использование целевой рекламы в социальных сетях и партнерства с медицинскими учреждениями для продвижения страховых продуктов.

# 5

**Инновации и адаптация к потребностям рынка:**

Внедрение новых страховых программ, которые соответствуют изменяющимся потребностям клиентов и конкурентной среде.

### ЭТАПЫ:

1

#### Партнерство с банками и микрофинансовыми учреждениями:

- Заключение стратегических партнерств для предоставления страховых продуктов клиентам банков.
- Интеграция страхования в кредитные продукты.

2

#### Встроенное страхование при оформлении кредитов:

- Включение страхования жизни и здоровья заемщиков в потребительские, ипотечные и автокредиты.
- Предложение страхования от критических заболеваний при оформлении долгосрочных кредитов.

3

#### Кросс-продажи через сеть банков:

- Использование филиальной сети банков для продвижения страховых продуктов.
- Внедрение страховых предложений в интернет-банкинг и мобильные приложения банков.

4

#### Технологическая интеграция:

- Внедрение цифровых решений для интеграции систем страховой компании с банковскими платформами, что упрощает процесс оформления и управления полисами.
- Автоматизация обработки заявок и цифровая выдача полисов через банковские каналы.

# Банки, микрофинансовые организации и ломбарды в узбекистане



# 36

## Коммерческие банки

Сведения о кредитах (ипотечные, микрозаймы, на образование, потребительские и другие) физическим лицам (млрд.сум) ;

На дату 01.10.2023 г. – 139 126

На дату 01.10.2024 г. – 169 715

**Прирост – 22%.**

# 80

## Микрофинансовые организации

Кредитный портфель НКО (млрд.сум);

На дату 01.10.2023 г. – 4 081

На дату 01.10.2024 г. - 6 290

**Прирост – 54%.**

# 90

## Ломбарды

Кредиты чистые (млн.сум);

На дату 01.10.2023 г. – 261 242

На дату 01.10.2024 г. – 373 637

**Прирост – 43%.**

## Основные направления в финансовой деятельности:

1

Вложение средств в стабильные и доходные активы и его диверсификация.

2

Формирование резервов в соответствии с требованиями законодательства и постоянный анализ и корректировка структуры резервов в зависимости от экономической ситуации.

3

Регулярный мониторинг коэффициентов ликвидности и капитализации.

4

Разработка прогнозов по объемам страховых премий и выплат, с учетом динамики рынка и экономических изменений.

5

Внедрение цифровых технологий для анализа данных и мониторинга финансовой деятельности

## Основные Направления в Маркетинговой деятельности:



1. Изучение потребностей клиентов и сегментация целевой аудитории.
2. Разработка уникального торгового предложения (УТП).
3. Цифровая трансформация и онлайн-продажи.
4. Эффективные каналы продвижения.
5. Программы лояльности и удержание клиентов.
6. Партнерства и кросс-продажи

### ЦЕЛЬ:

- увеличение узнаваемости бренда;
- привлечение новых клиентов и удержание существующих;
- Цифровизация процессов.

## Информация по кадровому составу



# Кадровая политика и развития персонала

## Цель:

Обеспечения устойчивости компании  
в условиях изменяющегося рынка

## Основные направления:

- Сохранение ключевых сотрудников и поддержание их квалификации;
- Комплектация кадрового состава в соответствии требованиями регулятора;

## План развития:

- 1 Нанять директора по персоналу (HRD) для разработки регламентирующих документов, включая должностные инструкции, систему мотивации и другие важные кадровые политики.
- 2 Нанять рекрутера для заполнения вакантных позиций в соответствии с нормативно правовыми актами.
- 3 Разработать индивидуальный план продаж с учетом спроса на страховые продукты в каждом регионе.
- 4 Провести всесторонний анализ существующей клиентской базы для выявления возможностей кросс-продаж и улучшения стратегий удержания клиентов.
- 5 Внедрить программу непрерывного обучения для сотрудников с целью повышения качества обслуживания и информированности персонала о лучших практиках отрасли и изменениях в нормативной базе.

**Спасибо  
за внимание!**

