



FARMATSEVTIK TASHKILOTLARNI BOSHQARISHDA KOMMUNIKATSIYA

Matlabjonova Mehinbonu Mudarisjon qizi

Samarqand Davlat Tibbiyot Universiteti talabasi

Ilmiy rahbar: Narzullaeva Mexrangiz Azizxonovna

Samarqand Davlat Tibbiyot Universiteti assistenti

Annotatsiya: Farmatsevtik soha bugungi kunda inson salomatligi va ijtimoiy taraqqiyotda o‘ta muhim rol o‘ynaydi. Bu tarmoqda faoliyat yurituvchi tashkilotlarning amal qilishi va rivojlanishida eng asosiy omillardan biri sifatida samarali kommunikatsiya tizimini shakllantirish va takomillashtirish ko‘zga tashlanadi. Chunki farmatsevtik tashkilotlar son-sanoqsiz bo‘g‘inlardan iborat murakkab tizim bo‘lib, unda ishlab chiqaruvchilardan to iste‘molchilargacha, ilmiy tadqiqotlardan to dori vositalarini bozorga chiqarishgacha bo‘lgan jarayonlarda aniq axborot almashinuvi va uzviy hamkorlik zarur. Kommunikatsiyaning bunday murakkab tarmoqda o‘ziga xos roliga nazar solganda, u zamonaviy boshqaruv konsepsiyalarida markaziy o‘rinda turishi shubhasiz. Boshqaruv samaradorligi va tashkilot faoliyatining barqarorlik darajasini oshirish uchun ichki va tashqi kommunikatsiya munosabatlari ishonchli, tezkor va aniq bo‘lishi talab etiladi.

Kalit so‘zlar: farmatsevtik tashkilot, kommunikatsiya, boshqaruv, ichki kommunikatsiya, tashqi kommunikatsiya, axborot texnologiyalari, boshqaruv samaradorligi, motivatsiya, strategik rivojlanish, axborot madaniyati, hamkorlik.

Farmatsevtik tashkilotlarda kommunikatsiyaning turli shakllari va yo‘nalishlari mavjud. Ichki kommunikatsiya—xodimlar o‘rtasidagi axborot almashinuvi, filiallar hamda bo‘limlarning uzviy hamkorligi, strategik va taktik maqsadlarning hamohang bo‘lishini ta‘minlashga xizmat qiladi. Tashqi kommunikatsiya esa, aksincha, tashkilot va tashqi muhit ishtirokchilari: yetkazib beruvchilar, davlat organlari, dori



vositalarini ro'yxatga oluvchi tuzilmalar, xaridorlar, hamkor kompaniyalar, shuningdek, ommaviy axborot vositalari bilan doimiy aloqalarni o'rnatishdan iborat. Ichki va tashqi kommunikatsiya jarayonlari to'g'ri tashkil etilganda, farmatsevtik tashkilot faoliyati barqaror, natijador va mushtarak bo'ladi. Bugungi kunda farmatsevtik tashkilotlar har bir sohada kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanmoqda. Axborot texnologiyalarining tez sur'atlar bilan rivojlanishi natijasida zamonaviy elektron pochta, ichki va tashqi messenjerlar, videokonferensiyalar, maxsus boshqaruv tizimlari tashkilotning barcha bo'limlari va zabardast yetakchilari o'rtasida uzluksiz va tezkor axborot almashinuvi bo'lishiga sabab bo'ladi. Dori vositalarini ishlab chiqarishdan boshlab, ularning bozorga chiqarilishi va iste'molchiga yetkazilishi bosqichlarida barcha ishtirokchilar o'rtasida to'g'ri va samarali o'zaro axborot almashish muhim ahamiyat kasb etadi. Tashkilotning ichki kommunikatsiyasi nafaqat xodimlar o'rtasidagi axborot almashinuvidan iborat, balki rasmiy hujjatlar aylanishi, so'zma-so'z muloqot, farmatsevtik kengash va maslahatlar, me'yoriy buyruqlar va bayonotlar hamda o'zaro suratli dialoglarni qamrab oladi. Har bir xodimning o'z vazifasini aniq tushunishi, rasmiy topshiriqlar va maqsadlarni o'z vaqtida qabul qilishi va natijada korxonada faoliyatining izchil kechishi aynan samarali kommunikatsiyaga bog'liq. Boshlang'ich zvenodan yuqori boshqaruvgacha bo'lgan barcha xodimlar axborot almashinuvida faol ishtirok etishi, kompaniyaning harakat strategiyalari va siyosatini yaxlit tasavvur qilib, o'z ichki kuch-quvvatini yuqori natijalarga yo'naltirishi mumkin [1].

Ichki kommunikatsiyani tashkil etishda yetakchi bo'g'inlar o'zaro ochiqlik, ishonch va hurmat muhitini shakllantirishga intilishi, xodimlarning taklif va muammolarini tinglab, ular bilan o'zaro muloqotni sifatli tashkil qilishi darkor. Farmatsevtik soha xususiyatidan kelib chiqib, axborot aniqligi va tezkor yetkazilishi, emas yo'qotilish hamda noto'g'ri talqinlar tufayli yuzaga keluvchi xatoliklarni kamaytirish muhim ahamiyatga ega. Rasmiy muomala etikasi, axborotning



maxfiyligini saqlash va sohaning huquqiy me'yorlariga rioya qilish ichki kommunikatsiyaning sifatini belgilab beradi. Farmatsevtik tashkilotlarda tashqi kommunikatsiya, ya'ni tashqi muhit bilan axborot almashinuvi sanoatda barqaror mavqe egallash, hamkorlar ishonchini qozonishda, yangi innovatsion mahsulotlarni ilgari surishda va kompaniya brendini mustahkamlashda muhim o'rin tutadi. Dori vositalarini ro'yxatga olish, yangi yetkazib beruvchilar bilan shartnoma tuzish, xalqaro va mahalliy tartib-taomillarni bajarish, iste'molchilar bilan axborot almashush asosiy tashqi kommunikatsiya yo'nalishlari qatoriga kiradi. Yaxshi tashkil etilgan tashqi kommunikatsiya natijasida kompaniyaning bozorga chiqish imkoniyatlari kengayadi, raqobatbardosh mahsulotlar sotuvi ortadi va tashkilot obro'si mustahkamlanadi [2].

Farmatsevtik tashkilotlarda kommunikatsiyani tashkil etish, uni doimo takomillashtirish va nazorat qilish uchun boshqaruvning barcha darajalarida aniq va izchil strategiyalar ishlab chiqiladi. Bu strategiyalar kompaniyaning ichki siyosatini, tashqi munosabatlar bosqichlarini, axborotning tarqatilish tartibi va huquqiy asoslarini, favqulodda holatlarda axborot almashish tartibini o'z ichiga oladi. Samarali boshqaruvda kommunikatsiyani o'z vaqtida muvofiqlashtirish, barcha ishtirokchilarni jarayonlarga faol jalb etish, hamkorlik madaniyatini mustahkamlash muhim shart hisoblanadi. Tashkilotning strategik rivojlanish rejaları ham aynan kommunikatsiyalar tizimi bilan chambarchas bog'liq bo'ladi. Farmatsevtik tashkilotlarda kommunikatsiya tizimini mustahkamlash yo'lida eng avvalo rahbarlar va boshqaruvchilar o'zining axborot yetkazish va qabul qilish malakalarini doimiy oshirib borishi kerak. Issiq, aniq, mantiqli va samarador muloqot usullari orqali kompaniya ichida bilim va tajriba almashinuvi kuchayadi. Axborot oqimi samarasini tahlil qilib, mavjud muammolarni o'z vaqtida aniqlash va bartaraf etish ham boshqaruvda kommunikatsiyaning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Rahbar va xodimlar o'rtasida ochiq muloqot, shaxsiy fikr bildirish uchun imkoniyat yaratish, o'zaro hurmat va javobgarlik muhitini mustahkamlash tashkilotda sog'lom



kommunikatsiya muhitini vujudga keltiradi. Axborot texnologiyalari va raqamli platformalardan samarali foydalanish kommunikatsiya jarayonlarini jadallashtirib, korxonada faoliyati samaradorligini oshiradi. Onlayn konferensiyalar, elektron axborot tizimlari, korporativ pochta va axborot bazalari orqali xodimlar va boshqaruvchilar o'rtasida tezkor axborot almashuvi hamda masalalarning qisqa muddatda hal qilinishini ta'minlanadi. Farmatsevtik sanoatda hujjatlar aylanishi, mahsulotlar sifat ko'rsatkichlari, nazorat testlari, audit natijalari va boshqa muhim axborotlarning ayni paytda barcha bo'g'inlarga yetib borishi me'yoriy faoliyat davomiyligi va aniqligini belgilaydi [3].

Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiyaning dolzarb vazifalaridan biri xodimlarni soha yangiliklari, ichki o'zgarishlar, rahbariyat qarorlari hamda me'yoriy no'malar bilan tanishtirib borish, ilg'or tajriba va asbob-uskunalarini joriy etish, xodimlar malakasini oshirish uchun muntazam ishlashdir. Rag'batlantirish tizimi, natijadorlik monitoringi, samarali tahlil va hisobotlar ham kommunikatsiya samaradorligi bilan chambarchas bog'liq. Kommunikatsiyaning to'g'ri tashkil etilgani kompaniyada yuqori motivatsiya, mehnat unumdorligi hamda maqsadlar sari jips harakatni kafolatlaydi. Xalqaro va mahalliy farmatsevtik bozorda ishtirok etuvchi tashkilotlar uchun tashqi kommunikatsiya, ya'ni investorlar, investorlar, xorijiy hamkorlar bilan o'zaro manfaatli axborot almashuvi barqaror o'sishning poydevorini yaratadi. Tashkilot rahbariyati va jamoa a'zolari xorijiy til va zamonaviy kommunikatsion texnologiyalarni puxta o'zlashtirgan bo'lishi, turli mamlakatlar me'yoriy huquqiy bazasi, madaniy an'analar bilan tanish bo'lishlari muhim ahamiyat kasb etadi. Farmatsevtik sohada kommunikatsiya muammolari, ko'pincha, noto'g'ri tushuncha, axborot kechikishi, noaniq bayonotlar yoki xodimlarning o'z vazifasiga mas'uliyatsiz yondashuvi natijasida yuzaga keladi. Ularga barham berish uchun muntazam trening va seminarlarda qatnashish, axborot almashishda ochiq-oshkoralik va ishonchni kuchaytirish, belgilanayotgan maqsadlar va vazifalarni ochiqdan-ochiq muhokama qilish, mavjud resurs va vositalarni



optimal ravishda bo‘lishish zarur. Rahbarlik salohiyatini oshirish, xodimlar bilan samarali muloqot olib borish, axborotni aniq va to‘g‘ri shaklda tarqatish, boshqaruv qarorlari va kompaniyaning strategik maqsadlarga erishish yo‘lidagi bosqichlarni jamoa e‘tiboriga yetkazish boshqaruvda kommunikatsiyaning muvaffaqiyatli amalga oshish kafolatidan dalolat beradi. Zamonaviy boshqaruvchilarning asosiy vazifalaridan biri, o‘z jamoasi bilan farsana va ishonch asosida muloqot o‘rnatib, har bir xodimni maqsad yo‘lida birlashtira olish qobiliyatini rivojlantirish bilan bog‘liq [4].

Innovatsion texnologiyalardan samarali foydalanish, marketing va axborot xizmatlarini zamonaviy bosqichga olib chiqish, soha mutaxassislarini uzviy muloqotga jalb etish, korxonada ochiq axborot maydonini yaratish – bularning barchasi farmatsevtik tashkilotlar kommunikatsiya tizimidagi bo‘shliqlarni bartaraf qilishi va boshqaruvni muvozanatli yuritishiga turtki beradi. Farmatsevtik tashkilot kommunikatsiyasi doirasida axborotning tez va aniq tarqatilishi, xodimlar savodxonligini oshirish, sohaning dolzarb yangiliklari va taraqqiyot bosqichini muntazam monitoring qilish orqali tashkilot o‘z mavqei va o‘sishni saqlab qolishi mumkin. Kompaniyaning ishonchli va barqaror poydevori aynan mustahkam axborot almashinuvi, ichki va tashqi kommunikatsiya yo‘nalishlarini uzviylashgan holda rivojlantirishga bog‘liq. Farmatsevtik tashkilotlarni samarali boshqarishda kommunikatsiyaning ustuvor vazifalari qatoriga mehnat unumdorligini oshirish, xodimlarning kasbiy salohiyatini to‘liq yuzaga chiqarish, tashkilot maqsadlarini hayotga tatbiq etish va bozordagi mavqeini yanada mustahkamlash kiradi. Bu yo‘lda, har bir xodim va rahbar o‘z kommunikatsion madaniyatini shakllantirishi, axborot almashish uslublarini takomillashtirishi, mavjud axborot resurslaridan oqilona va samarali foydalana olishi muhim ahamiyatga ega. Hozirgi davrda fermerlar, dori vositalari ishlab chiqaruvchilari, farmatsevtika kompaniyalari, tijorat va davlat tashkilotlari o‘zaro uzviy kommunikatsion tizimni barpo qilmasdan turib, mahalliy va xalqaro bozorda o‘z o‘rnini saqlab qolishi yoki yangi yutuqlarga



erishishi imkonsiz deyish mumkin. Demak, mustahkam kommunikatsion aloqalar tashkilotning har tomonlama barqaror rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omil sifatida qaraladi [5].

XULOSA

Farmatsevtik tashkilotlarni boshqarishda kommunikatsiya tizimi tashkilot faoliyatining umumiy natijadorligini, jamoaning salohiyatini va jamiyat oldidagi obro'sini aniqlab beradi. Kommunikatsiyaning ichki va tashqi tamoyillari uzviy tizim sifatida shakllangan holda tashkilotda oziq-ovqat zanjiri kabi har bir bo'g'inning uzluksiz harakatini ta'minlaydi. Zamonaviy axborot texnologiyalari va ilg'or boshqaruv strategiyalari yordamida kommunikatsiya jarayonlari takomillashib, kompaniyaning raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qiladi. Har bir rahbar va xodim o'z kasbiy faoliyati doirasida kommunikatsiya malakasini, axborotni aniq va tezkor yetkazish ko'nikmasini rivojlantirsa, farmatsevtik tashkilotlarda boshqaruv muvaffaqiyatli va samarali bo'ladi. Kommunikatsiyaning muhim vazifalaridan biri barqaror ichki muhitni yaratish, tashqi hamkorlik imkoniyatlarini kengaytirish va natijaviy ijtimoiy-madaniy taraqqiyotni ta'minlashdan iboratdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Nodirova D., Toshmatova G. "Farmatsevtik boshqaruv asoslari", Toshkent: "Ilm ziyo", 2021.
2. Adilova I. "Farmatsevtika sohasida kommunikatsiya madaniyati", Toshkent: "Fan va taraqqiyot", 2023.
3. Robbins S.P., DeCenzo D.A. "Fundamentals of Management", Pearson, 2018.
4. Preparation Manual for Pharmaceutical Management, WHO, 2020.
5. O'zbekiston Respublikasi Farmatsevtika sohasiga oid qonun hujjatlari va me'yoriy-normativ aktlar to'plami, 2024.
6. Qarshiyev A. "Farmatsevtika marketingi va boshqaruvi", Toshkent: 2022.



7. Zafarovich B. B. et al. PASTILKA DORI SHAKLLARINING FARMATSEVTIK AHAMIYATI VA STANDARTLASHTIRISH JARAYONLARI //Лучшие интеллектуальные исследования. – 2025. – Т. 56. – №. 3. – С. 164-169.

8. Qizi S. B. M., Azizxonovna N. M. FARMATSEVTIK TASHKIOTLARDA ETIKA VA DEONTOLOGIYA //PEDAGOGS INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL. – 2026. – Т. 98. – №. 1. – С. 156-169.

9. Sobirzhonovna B. N. et al. THE ROLE OF ASSORTMENT AND MERCHANDISING TO INCREASE SALES IN PHARMACY ORGANIZATIONS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 1. – С. 120-128.

10. Sobirzhonovna B. N., Gayratovna A. H. STUDY OF THE INTERNAL PHARMACY CONTROL OF TREATMENT AND PREVENTION INSTITUTIONS AND IMPROVEMENT OF THE PROVISION OF MEDICINES AND PHARMACEUTICALS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 1. – С. 129-136.

11. Sobirzhonovna B. N., Azamatovna U. F. DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF PHARMACY ORGANIZATIONS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 1. – С. 112-119.

12. Sobirzhonovna B. N., Akbaraliyeva U. G. ANALYSIS OF WIDELY USED DRUGS AND THEIR BENEFITS IN THE TREATMENT OF BREAST CANCER IN SAMARQAND //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 1. – С. 105-111.



13.Sobirzhanovna B. N. New Aspects of Pathology and Norms of Matrix Metalloproteinases //Web of Medicine: Journal of Medicine, Practice and Nursing. – 2024. – Т. 2. – №. 3. – С. 34-37.

14.Aziz K., Burxon E., Azizkhanovna N. M. STANDARDIZATION OF IMMUNOMODULATORS, ALLERGENS AND ALLERGOIDS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 3. – С. 156-159.

15.Hilola H., Zilola M., Azizkhanovna N. M. LOZENGE DOSAGE FORMS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 3. – С. 127-130.

16.Sevaraxon A., Azizbek M., Azizkhanovna N. M. PERISHABLE AND NON-PERISHABLE MEDICINES AND QUALITY CONTROL //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 3. – С. 123-126.

17.Feride B., Abdumannon E., Azizkhanovna N. M. STANDARDIZATION AND QUALITY CONTROL OF EYE DROP DOSAGE FORMS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 3. – С. 119-120.

18.Jasurovich M. D., Azizkhanovna N. M. INTERESTING ANALYZES ABOUT RABBITS //AMERICAN JOURNAL OF APPLIED MEDICAL SCIENCE. – 2025. – Т. 3. – №. 1. – С. 367-372.

19.Umida D., Bobur S., Azizkhanovna N. M. THE ROLE OF MINERAL WATERS IN MODERN MEDICINE //AMERICAN JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY BULLETIN. – 2025. – Т. 3. – №. 2. – С. 139-145.

20.Mavsuma O S. A., O'tkir B. TOG'JAMBIL O'SIMLIGINING DORIVORLIK XUSUSIYTALARI //O'ZBEKISTONDA FANLARARO INNOVATSIYALAR VA ILMIY TADQIQOTLAR JURNALI. – 2025. – Т. 4. – №. 37. – С. 443-445.



21. Fayzullayevich D. S. et al. PHARMACOLOGICAL PROPERTIES OF LAGOXILUS //AMERICAN JOURNAL OF EDUCATION AND LEARNING. – 2025. – Т. 3. – №. 2. – С. 620-622.

22. G'ulom qizi Samarkand O. M. et al. MORPHOFUNCTIONAL CHANGES IN THE STOMACH UNDER THE INFLUENCE OF FOOD DYES (E-171, E-173) AND THEIR CORRECTION //International journal of advanced research in education, technology and management. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 194-199.

23. Bazarova N. et al. Determination of the relationship between the polymorphic genes of metalloproteinases MMP9 (A-8202G) RS11697325 and the level of cystatin c in children with chronic nephritic syndrome //BIO Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. – Т. 121. – С. 03011.

24. Zafarovich B. B. et al. PASTILKA DORI SHAKLLARINING FARMATSEVTIK ANAMIYATI VA STANDARTLASHTIRISH JARAYONLARI //Лучшие интеллектуальные исследования. – 2025. – Т. 56. – №. 3. – С. 164-169.

25. Ибрагимов У. Н. ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЙ И УРОВНЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ КАРТОГРАФИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ //Экономика и социум. – 2023. – №. 5-2 (108). – С. 687-694.

26. Ибрагимов У. И., Эшкобилова М. Э. ОЦЕНКА ИНТЕНСИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГАСТРОЭНТЕРОЛОГИЧЕСКИХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ //Research Focus. – 2025. – Т. 4. – №. 1. – С. 235-238.

27. ФАРМАЦЕВТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ (ФАРМАКОЭКОНОМИЧЕСКИЙ) АНАЛИЗ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ФАРМАКОТЕРАПИИ ХРОНИЧЕСКОГО ПАНКРЕАТИТА В ГАСТРОЭНТЕРОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ