

SOG'LIQNI SAQLASH TIZIMIDA MARKETING ASOSLARI

Sattorova Go'zal shavkat qizi

Soxibov Oybek Mardonovichni , PhD, dotsent.

Annotatsiya: Mazkur maqolada sog'liqni saqlash tizimida marketing asoslarining ahamiyati yoritilgan. Zamonaviy sharoitda tibbiy xizmatlar bozori raqobatbardosh bo'lib borayotganligi sababli, marketing strategiyalarini qo'llash muhim hisoblanadi. Tibbiyot muassasalarida xizmat sifatini oshirish, bemorlar ehtiyojini o'rganish hamda samarali kommunikatsiya tizimini yo'lga qo'yishda marketing yondashuvlarining o'rni tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: sog'liqni saqlash, marketing, tibbiy xizmatlar, strategiya, bemor, sifat, menejment.

Bugungi kunda sog'liqni saqlash tizimi nafaqat davolash, balki xizmat ko'rsatish sohasi sifatida ham rivojlanib bormoqda. Tibbiy muassasalar o'rtasidagi raqobatning kuchayishi ularning faoliyatida marketing asoslaridan foydalanishni talab etmoqda. Marketing orqali bemorlarning ehtiyojlari o'rganiladi, xizmat sifati oshiriladi va muassasaning obro'si mustahkamlanadi.

Sog'liqni saqlash tizimida marketing asoslari tibbiy xizmatlarni samarali tashkil etish va aholiga sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Marketing yondashuvi orqali tibbiyot muassasalari bemorlarning ehtiyoj va talablarini o'rganadi, ularga mos xizmat turlarini ishlab chiqadi hamda xizmat sifatini doimiy ravishda yaxshilab boradi.

Tibbiy marketingning asosiy vazifalaridan biri bu — bemorlar bilan ishonchli aloqani shakllantirishdir. Bemorlar uchun qulay sharoit yaratish, xizmat ko'rsatish jarayonini soddalashtirish va ochiq axborot tizimini yo'lga qo'yish orqali tibbiyot muassasasining ijobiy imiji shakllanadi. Bu esa bemorlarning muassasaga bo'lgan ishonchini oshiradi. Sog'liqni saqlash tizimida marketing strategiyalarini ishlab chiqish muhim hisoblanadi. Bu strategiyalar orqali bozor tahlili amalga oshiriladi, raqobatchilar o'rganiladi va muassasaning kuchli hamda zaif tomonlari aniqlanadi. Natijada samarali rejalashtirish va boshqaruv tizimi yo'lga qo'yiladi.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi tibbiy marketingni yangi bosqichga olib chiqdi. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalar orqali tibbiy xizmatlar haqida ma'lumot tarqatish, bemorlar bilan tezkor aloqa o'rnatish va xizmatlarni reklama qilish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu esa tibbiyot muassasalarining raqobatbardoshligini oshiradi. Sog'liqni saqlash tizimida marketing asoslarini to'g'ri qo'llash tibbiy xizmatlar sifatini oshiradi, bemorlar qoniqishini ta'minlaydi va muassasaning samarali faoliyat yuritishiga xizmat qiladi.

Sogʻliqni saqlash tizimida marketing faoliyatini samarali tashkil etishda ichki va tashqi omillarni chuqur tahlil qilish muhim oʻrin tutadi. Ichki omillarga tibbiyot muassasasining moddiy-texnik bazasi, kadrlar salohiyati va xizmat koʻrsatish sifati kirsa, tashqi omillarga esa aholi ehtiyojlari, raqobatchilar faoliyati hamda iqtisodiy sharoitlar kiradi. Ushbu omillarni toʻgʻri baholash marketing strategiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirishga yordam beradi. Tibbiy xizmatlarda mijozlarga yoʻnaltirilgan yondashuv (patient-oriented approach) muhim hisoblanadi. Bu yondashuvda bemor asosiy eʼtibor markazida boʻlib, uning ehtiyojlari, shikoyatlari va takliflari inobatga olinadi. Natijada xizmat sifati oshadi va bemorlar qoniqish darajasi yuqori boʻladi.

Tibbiyot muassasalarida branding ham marketingning muhim qismi hisoblanadi. Kuchli brend shakllantirish orqali muassasa oʻzining ishonchliligini oshiradi, bozorda oʻz oʻrnini mustahkamlaydi va yangi bemorlarni jalb qiladi. Branding jarayonida sifatli xizmat, yaxshi kommunikatsiya va ijobiy obroʻ asosiy rol oʻynaydi. Sogʻliqni saqlash marketingida xizmatlar narx siyosati ham muhim ahamiyatga ega. Narxlar aholining toʻlov qobiliyatiga mos boʻlishi, shu bilan birga muassasaning iqtisodiy barqarorligini taʼminlashi kerak. Toʻgʻri narx siyosati bemorlar oqimini oshirishga yordam beradi. Sogʻliqni saqlash tizimida marketing asoslarini toʻgʻri va samarali qoʻllash tibbiy xizmatlar sifatini oshiradi, bemorlar bilan mustahkam ishonchli munosabatlarni shakllantiradi hamda tizimning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Sogʻliqni saqlash tizimida marketingni rivojlantirishda kommunikatsiya strategiyalari alohida ahamiyatga ega. Tibbiyot muassasalari bemorlar bilan samarali muloqot oʻrnatish orqali ularning ishonchini qozonadi. Bu jarayonda telefon xizmatlari, onlayn konsultatsiyalar va elektron yozilish tizimlari muhim rol oʻynaydi. Natijada bemorlar uchun qulaylik yaratiladi va xizmatdan qoniqish darajasi oshadi. Ichki marketing ham muhim yoʻnalishlardan biridir. Tibbiyot xodimlarining motivatsiyasini oshirish, ularning malakasini rivojlantirish va jamoaviy ishlash muhitini shakllantirish muassasa samaradorligiga bevosita taʼsir koʻrsatadi. Xodimlar qoniqishi yuqori boʻlgan muassasalarda bemorlarga xizmat koʻrsatish sifati ham yaxshilanadi.

Marketing tadqiqotlari sogʻliqni saqlash tizimida toʻgʻri qaror qabul qilish uchun asos boʻlib xizmat qiladi. Bozorni oʻrganish, statistik maʼlumotlarni tahlil qilish va bemorlar fikrini oʻrganish orqali muassasa oʻz strategiyasini doimiy ravishda yangilab boradi. Bu esa raqobatbardoshlikni oshiradi. Sogʻliqni saqlash marketingida ijtimoiy masʼuliyat ham muhim oʻrin tutadi. Aholi orasida sogʻlom turmush tarzini targʻib qilish, profilaktik tadbirlar oʻtkazish va kasalliklarning oldini olish boʻyicha axborot berish jamiyat salomatligini yaxshilashga xizmat qiladi. Sogʻliqni saqlash tizimida marketing asoslarini kompleks tarzda qoʻllash tibbiy xizmatlar sifatini oshiradi, muassasa faoliyatini samarali tashkil etadi va jamiyatda sogʻlom muhit shakllanishiga yordam beradi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, sog'liqni saqlash tizimida marketing asoslarini qo'llash tibbiy xizmatlar sifatini oshirish va ularni aholiga yanada qulay shaklda yetkazib berishda muhim rol o'ynaydi. Marketing yondashuvi orqali bemorlarning ehtiyojlari chuqur o'rganiladi, xizmatlar takomillashtiriladi va tibbiyot muassasalarining raqobatbardoshligi oshiriladi. Kommunikatsiya strategiyalari, ichki marketing, narx siyosati va brending kabi yo'nalishlar tizim samaradorligini ta'minlashga xizmat qiladi. Raqamli texnologiyalarni keng joriy etish esa sog'liqni saqlash sohasida marketing faoliyatini yanada rivojlantirishga imkon yaratadi. Sog'liqni saqlash tizimida marketing asoslarini to'g'ri tashkil etish nafaqat muassasa faoliyatini yaxshilaydi, balki jamiyat salomatligini mustahkamlashga ham xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kotler P. "Marketing Management".
2. O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash tizimi bo'yicha me'yoriy hujjatlar.
3. Armstrong G., Kotler P. "Principles of Marketing".
4. ХМ Журабекова. ТОЛЕРАНТНОСТЬ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ДУХОВНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ. Педагогика, психология и образование: вызовы и перспективы. Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции 23 мая 2020 г. Стерлитамак, Российская Федерация. 39-41.
5. Журабекова Хабиба Мадаминовна, Адхамжоновна Мохларбону Умиджон Кизи НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У ДОШКОЛЬНИКОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ // Universum: психология и образование. 2025. №5 (131). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-razvitiya-rechevoy-kompetentsii-u-doshkolnikov-pri-obuchenii-russkomu-yazyku>
6. Журабекова Хабиба Мадаминовна, Тождинова Мохларой Илёсбек Кизи ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА // Universum: психология и образование. 2025. №5 (131). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-effektivnyh-innovatsionnyh-metodov-prepodava-niya-na-urokah-russkogo-yazyka>