O‘ZBEKISTONDA TIBBIY XIZMATLAR BOZORINING RAQAMLI MARKETINGI STRATEGIYALARI

Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o‘g‘li
Guliston Davlat Universiteti o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.15559663

Annotatsiya. *Ushbu maqolada sog’liqni saqlash sohasidagi marketing strategiyasining ayrim jihatlari yoritib berilgan. Hozirgi kunda O‘zbekistondagi tibbiy xizmatlar sohasida marketing faoliyatini qanday strategiya asosida olib borish bo‘yicha taklif va tavsiyalar berilgan.*
Kalit so‘zlar: *strategiya, sog‘liqni saqlash marketinggi, raqamli marketing, tibbiy xizmatlar.*
Аннотация. *В данной статье освещены некоторые аспекты маркетинговой стратегии в сфере здравоохранения. В настоящее время сделаны предложения и рекомендации, на основе какой стратегии проводить маркетинговую деятельность в сфере медицинских услуг в Узбекистане.*
Ключевые слова: *стратегия, маркетинг здравоохранения, цифровой маркетинг, медицинские услуги.*
Abstract. *In this article, some aspects of the marketing strategy in the field of healthcare are highlighted. At present, proposals and recommendations have been made on the basis of which strategy to conduct marketing activities in the field of medical services in Uzbekistan.*
Keywords: *strategy, healthcare marketing, digital marketing, medical services.*

Kirish. Ilgari tibbiy xizmatlar marketingi bosma, televideniya, radio va to'g'ridan-to'g'ri pochta kabi an'anaviy taktikalarga e'tibor qaratgan. Marketologlar kompaniyalarni boshlashadi va reklamalar chop etilgandan so'ng real vaqt rejimida o'zgartirishlar kirita olmay, eng yaxshisiga umid qilishadi. Kasalxonalarda bemorlarni qabul qilish ham osonroq bo'ldi, chunki aholi, umuman olganda, ularning sog'lig'iga nisbatan faol emas edi.

Tadqiqot mavzusi bo‘yicha adabiyotlar sharhi (taxlili). Bugungi sog'liqni saqlash iste'molchisi o'tmishdagi sog'liqni saqlash iste'molchisidan ancha farq qiladi. Bemorlar sog'lomroq, uzoq umr ko'rishadi va sog'liqni saqlash tashkilotlariga kamroq ishonadilar. Bugungi bemorlar ham Internetda keng qamrovli tadqiqotlar o'tkazishlari mumkin, ya'ni ular o'zlari oladigan xizmatlarga ko'proq e'tibor berishadi. Raqamli marketing provayderlarga bugungi kunning tobora ko'payib borayotgan onlayn aholisini xursand qilish uchun onlayn platformalar orqali takliflarni targ'ib qilish imkonini beradi.

Tadqiqot metadologiyasi. Sog'liqni saqlashda raqamli marketingning o'rni Sog'liqni saqlash iste'molchilari aloqa tezligi va qulayligi uchun onlayn xizmatlarni tanlamoqda. Becker's Hospital Review tushuntirganidek [1], "Kasalxonalar ajoyib darajada aqlli, shaffoflik va tibbiy xizmat ko'rsatuvchi provayderlardan ikki tomonlama aloqani talab qiladigan iste'molchilar bilan ish olib boradi. Ushbu yangi iste'molchi brendiga murojaat qilish uchun sog'liqni saqlash sotuvchilari innovatsion raqamli marketing taktikasini qo'llashlari kerak.

Tahlil va natijalar muhokamasi. Foydalanish uchun 4 ta raqamli marketing strategiyasi. Yuqorida aytib o'tganimizdek, sog'liqni saqlash marketingi inqilobning o'rtasida. Ushbu oltita

O'quv yili	2019-2020		2020-2021		2021-2022		2022-2023		2023-2024	
Davlat tibbiyot oliy talim muassasalari	Grant	Kontrakt	Grant	Kontrakt	Grant	Kontrakt	Grant	Kontrakt	Grant	Kontrakt
Toshkent tibbiyot akademiyasi	510	835	861	1039	1004	1196	969	1741	985	1545
Toshkent pediatriya tibbiyot instituti	375	355	285	340	310	515	315	525	310	310
Qoraqolpog'iston tibbiyot instituti			196	204	200	275	210	170	205	205
Toshkent farmaseftika instituti	55	400	135	365	170	330	130	320	135	375
Toshkent davlat stomatologiya instituti	75	315	150	325	90	110	140	285	160	435
Andijon tibbiyot instituti	260	260	336	364	360	415	365	584	370	590
Buxoro tibbiyot instituti	160	280	264	336	305	395	320	650	330	695
Samarqand tibbiyot instituti	275	335	371	454	415	460	420	680	440	460
Farg'ona jamoat salomatligi tibbiyot instituti					165	235	170	365	180	409
Guliston davlat universiteti (tibbiyot fakultetlari)					10	40	10	40	30	70
Navoiy davlat pedagogika institute (tibbiyot fakultetlari)					10	40	10	40	20	30
Jizzax davlat pedagogika instituti (tibbiyot fakultetlari)					10	40	10	40	10	40

Jami:	**1710**	**2780**	**2598**	**3427**	**3049**	**4051**	**3069**	**5440**	**3175**	**5164**
O'quv yili kesimida jami qabul	**4490**		**6025**		**7100**		**8509**		**8339**	

raqamli taktika bemorlarni jalb qilish va bugungi raqobatbardosh sog'liqni saqlash sohasida doimiy o'sishni ta'minlash uchun juda muhimdir.

1. Qidiruv uchun optimallashtirish (SEO) Think With Google Study tadqiqotiga ko'ra [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**], qidiruv tizimlari shifoxona veb-saytlariga boshqa manbalarga qaraganda uch baravar ko'p tashrif buyuruvchilarni jalb qiladi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, kasalxonalarni mobil qurilmada tadqiq qilgan bemorlarning 44 foizi oxir-oqibat uchrashuvni rejalashtirishadi. Iste'molchilar qulayliklarni topish yoki ularning sog'lig'i haqida so'rash uchun qidiruv tizimlaridan keng foydalanishi natijasida sog'liqni saqlash bo'yicha marketologlar qidiruv tizimini optimallashtirishni davom ettirishlari kerak. Umumiy raqamli strategiyani ko'rib chiqayotganda (SEO) birinchi navbatda.

2. Video kontent ishlab chiqarish Video marketing iste'molchilarni, ayniqsa sog'liqni saqlashni jalb qilishning navbatdagi asosiy imkoniyatini egallaydi. Eyeview Digital tadqiqotiga ko'ra [2], ochilish sahifalarida videodan foydalanish konversiyalarni 80% gacha oshirishi mumkin. Sog'liqni saqlash tug'ma shaxsiy, hikoyalarga boy sanoat bo'lganligi sababli, video juda kuchli ilovalarga ega bo'lishi mumkin.

3. Ijtimoiy tarmoqlar orqali ishtirok etish. Sog'liqni saqlash sohasidagi ijtimoiy media marketing strategiyalari jamoatchilik muhokamalarida ishtirok etish, tarmoq o'rnatish va aholi salomatligi haqida ma'lumotni targ'ib qilishni o'z ichiga olishi mumkin. Sog'lom ijtimoiy media mavjudligi ham bemorlarni jalb qilishga yordam beradi. Yaqinda o'tkazilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, iste'molchilarning sog'liqni saqlash muassasasida davolanish to'g'risidagi qarorlarining 57 foizi ushbu provayderning ijtimoiy media aloqalari kuchli ta'sir ko'rsatadi, bu bemorlarning onlayn aloqada bo'lgan sog'liqni saqlash tashkilotlariga ishonishini ko'rsatadi.

4. Analitikaga ustuvor ahamiyat berish. Raqamli marketingning ajoyib jihatlaridan biri, agar kompaniya rejalashtirilganidek ketmasa, unumdorlikni doimiy ravishda kuzatib borish va real vaqtda tuzatishlar kiritish qobiliyatidir. Marketing tahlillari har bir kompaniya uchun rejalashtirish va amalga oshirish paytida qaror qabul qilish jarayonini belgilashi kerak. Hech bo'lmaganda, sog'liqni saqlash sotuvchilari brend xabardorligi ma'lumotlariga, bloglar trafigiga, ijtimoiy faollikka, bosish stavkalariga va konversiya ko'rsatkichlariga kirish huquqiga ega bo'lishi va ularni muntazam tekshirib turishi kerak. Bu juda ko'p ma'lumotlarni tashkil qilishi mumkin, shuning uchun uni saralash va ishlatish uchun mustahkam vosita yoki tizimga ega bo'lish bir xil darajada muhimdir. HCRM yoki boshqa markazlashtirilgan tahlil platformasi boshlash uchun yaxshi joy.

1-jadval

O‘zbekiston davlat tibbiyot yo‘nalishiga qabul kvotalarininig o‘zgarishi [3]

1-rasm. O‘zbekiston davlat tibbiyot yo‘nalishiga qabul kvotalarininig umumiy kunduzgi qabul parametrlariga nisbati foiz hisobida o‘zgarishi [3]

Avvalo, mobil yetkazib berishni optimallashtirish muhim ahamiyatga ega. IBM Watson Marketing [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**] kompaniyasining 2018-yilgi hisobotiga ko'ra, sog'liqni saqlash sohasidagi elektron pochta xabarlarining 47,6 foizi mobil qurilma orqali ochilgan bo'lsa, faqat 25,9 foizi ish stoli kompyuterida ochilgan. Sizning elektron pochta

xabarlaringiz ta'sirchan bo'lishi va eng muhimi, mobil interfeysda o'qilishi uchun sezgir dizayn juda muhimdir. Sog'liqni saqlash bo'yicha maslahatlar, simptomlarni engillashtirish bo'yicha takliflar yoki umumiy holatlar haqidagi ma'lumotlarga ega elektron pochta xabarlari konvertatsiyani umumiy kasalxona xabarnomalariga qaraganda yaxshiroq oshiradi.

Hulosa va takliflar. Yakuniy fikrlar Raqamli marketing sog'liqni saqlash sohasini rivojlantirishga yordam berdi. Sog‘liqni saqlash tizimida magistratura va doktoranturaga qabul jarayonlarida xorijiy til sertifikati B2 darajadan B1 darajaga tushirilish ushbu sohada kadrlarga bo‘lgan yuqori talabni qondirishga sabab bo‘ladi albatta.

REFERENCE

1. Dankers, Marloes;Verlegh, Peeter;Weber, Karla;Nelissen-Vrancken, Marjorie; //Marketing of medicines in primary care: An analysis of direct marketing mailings and advertisements. https://research.ebsco.com/
2. https://50wheel.com/developed-by/eyeview-digital/
3. O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim muassasalariga yillik qabul kvota parametrlari asosida muallif ishlanmasi.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 24-maydagi PF-81 sonli “Oliy ta’lim tashkilotlariga o‘qishga qabul qilish va davlat buyurtmasini joylashtirish tizimini takomillashtirish to‘g‘risida”gi farmoni., https://lex.uz/uz/docs/-6937332